



ÍNDICE POR SECTOR

03. Alimentos
06. Art. del Hogar
07. Automotriz
08. Bebidas
09. Calzado y Cuero
09. Construcción
11. Energía
16. Frutas y Hortalizas
16. Laboratorios
17. Supermercados
18. Turismo
20. Última Página

EMPRESAS MENCIONADAS

03. Adecoagro	17. Mostaza	06. York
16. Biogénesis Bagó	10. Narváez Inmobiliaria	14. YPF
12. Central Puerto	03. Nestlé	
15. Chevron	03. Noal SA	
03. Corlasa	13. Pampa Energía	
04. Dánica	13. Pluspetrol	
17. DIA	16. PT. Elanco Animal Health	
11. Edenor	03. Punta del Agua	
10. Estudio Donaldson	13. Refinor	
07. Ford	09. Reporte Inmobiliario	
18. Grupo Hatzlaja	03. Ricrem	
18. Grupo Hotelero Albamonte	03. SanCor	
07. Iveco	03. Saputo	
03. La Paulina	14. SCP	
09. Le Coq Sportif	09. Solodueños.com	
03. Mastellone Hnos.	15. TGS	
03. Milkaut	03. Tregar	
03. Molfino	03. Verónica	
16. Molino Cerrillos	03. Williner-Illolay	
05. Molinos Río de la Plata	18. Wyndham Hotel & Resorts	
	17. Mostaza	



Marca la diferencia entre los estudios económicos sectoriales que el mercado ofrece y los que usted y su empresa necesitan

NotiBreves IES – Año 22 - Nro. 1052

IES Consultores - Investigaciones Económicas Sectoriales

Registro de la Propiedad Intelectual N° 5.205.567. Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. Prohibida su reproducción total o parcial, sin previa autorización por escrito del editor.

Nota: Todos los derechos están reservados. Queda prohibida su reproducción total o parcial, en cualquier idioma o formato, sin previa autorización por escrito del editor.

Propietario: IES Consultores - Investigaciones Económicas Sectoriales

Director: Lic. Alejandro Ovando

Economista Jefe: Lic. Sebastián Menescaldi

IMPORTANTE: Queda expresamente aclarado que la suscripción al **NotiBreves IES** es para uso exclusivo de la compañía a la cual está dirigido el presente informe. Queda prohibida la distribución a cualquier otra empresa o persona sin la autorización escrita de **IES Investigaciones Económicas Sectoriales**. El incumplimiento por parte de la compañía suscriptora de la obligación asumida autorizará a IES a finalizar la presente contratación de pleno derecho, sin necesidad de requerir previamente el cumplimiento, sin perjuicio del derecho de reclamar judicialmente la reparación de los daños y perjuicios que dicho incumplimiento hubiera ocasionado.

Si ya es Cliente del **IES Mensual** y **NotiBreves IES**, envíenos un email informándonos la suscripción a **NotiBreves**. En el caso de que no sea Cliente IES, complete el cupón adjunto.

Formulario de suscripción a NOTIBREVES IES:

☐ Suscripción trimestral (v. electrónica)

☐ Suscripción semestral (v. electrónica)

Empresa:

Actividad: Sector de su interés:

Persona de contacto: Cargo:

Dirección: CP:

Localidad: Pcia.: País:

Telefax: Email:

Oficina comercial: Uruguay 343 Piso 6°. C1015ABG Ciudad de Buenos Aires. Argentina.
Telefax: (54 11) 4374-6187 / Emails: info@iesonline.ar; info@grupoies.com.ar / www.iesonline.ar



ALIMENTOS

Leche: una extranjera domina el mercado, producción concentrada y sigue el cierre de tambos

A tono con la tendencia de los últimos años, el negocio lácteo en la Argentina sigue avanzando hacia la concentración y continúa la tendencia de cierre de tambos de las últimas 2 décadas. Sólo de 2021 a esta parte dejaron de operar 370 establecimientos y el stock ganadero marca una caída del 30% respecto de la década de 2010. El número de vacas lecheras distribuidas suma 1,5 millones de ejemplares y los tambos operativos totalizan algo más de 10.000 aunque 400 de esos emprendimientos concentran casi el 25% de la producción total de leche y derivados. Estos datos integran el informe más reciente del Observatorio de la Cadena Láctea Argentina (OCLA), el cual arrojó como otra novedad que la canadiense Saputo ocupa el primer lugar en la nómina de las compañías que procesan la mayor cantidad de litros de leche. Detrás de la norteamericana se ubica Mastellone, líder histórica del segmento, y luego se suceden Williner-Illolay, Punta del Agua, Noal SA, Adecoagro y Nestlé. SanCor recién se ubica en el puesto 12 de las firmas que más procesan. Milkaut, Corlasa, Tregar y Verónica son algunas de las compañías que superan a la unión de cooperativas. En términos de volumen, Saputo recibe más de 3,78 millones de litros de leche diarios, mientras que Mastellone se ubica en torno a los 3,45 millones. SanCor apenas supera los 533.000. La canadiense hoy ostenta la máxima posición en términos de exportación de quesos y también es un actor de peso en la venta al exterior de leche en polvo. Además de su etiqueta homónima, Saputo comercializa sus productos a través de marcas como Molfino, Ricrem y La Paulina. "En Argentina en el período analizado la facturación industrial promedio fue de US\$ 0,62/litro de leche, mucho mejor que la de igual período el año anterior, no explicada por una mejora real sino fundamentalmente por el fuerte retraso cambiario. Este valor, por ejemplo, para el ranking top 20 de las industrias lácteas mundiales está cercano a US\$ 1,00/litro de leche (IFCN)", señala OCLA. "Dentro de

las 10 principales industrias, el 36% de la producción recibida está en manos de empresas multinacionales (con sus casas matrices en otros países)", añade. En sintonía con esto último, el observatorio señala que el sistema cooperativo en materia de recepción de leche representa hoy menos del 5% del mercado. "En el año 1994 recibía el 35% de la leche del país (casi el 50% de la leche en los principales países lecheros del mundo la manejan las cooperativas). Cabe acotar que, como sector de producción primaria, las cooperativas concentran en Argentina alrededor del 25% de la producción total de leche", se añade en el informe. El informe de OCLA menciona 10.076 tambos activos en la Argentina con un total de 1,52 millones de vacas lecheras. Versus 2021, en este ejercicio el stock ganadero disminuyó en 49.522 ejemplares y el cierre de unidades productivas alcanzó los 370 establecimientos. Según el observatorio, la tasa de cierre se condice con la tendencia que predomina en todo el mundo. Fuera de nuestro país, en los territorios donde se desarrolla la actividad láctea el índice de establecimientos que cesan sus actividades es del 4% anual. Apenas 400 tambos producen casi el 25% de la leche que se genera a diario en la Argentina. "La concentración se va a acelerar en los próximos años debido a las condiciones económicas y a las políticas sectoriales que sufre el sector. Los problemas de rentabilidad y las medidas que viene implementando el gobierno complican más a los chicos", dijo al respecto Jorge Giraud, director ejecutivo del OCLA. Y agregó: "Para que Argentina mejore su eficiencia productiva hay que invertir. Pero para eso se requiere de financiación, que es lo que necesitan aquellos tambos que no cuentan con recursos económicos propios suficientes".

Los desafíos que enfrenta Mastellone por la crisis económica

La aceleración de los precios producto de la incontrolable inflación y la erosión del poder adquisitivo de la población en general también juegan en contra de la estructura de ingresos de las compañías de este sector. A esto se le suman los crecientes controles de precios adoptados por el Gobierno desde la Secretaría de Comercio que han reducido los márgenes de rentabilidad al impedir una adecuación de valores acorde al incremento de los costos de las empresas. El caso paradigmático de este sector empresario es el de Mastellone Hnos. En 2021 cerró su balance con pérdidas mayores a los \$ 4.000 millones y si se cuentan los resultados de los últimos 4 años, la compañía acumula un rojo cercano a los \$ 6.500 millones con sólo 2 balances (2019 y 2017) que mostraron ganancias conjuntas por \$ 4.500 millones.

Para sobrevivir a esos números, sus propietarios comenzaron a aplicar un plan de contingencia que incluyó la refinanciación de su pasivo, alcanzando no solo una reducción del costo financiero promedio sino también una diversificación de los instrumentos de deuda. El proceso se completó con acciones para encarar la caída de los volúmenes de ventas y los incrementos en los costos producto de los desequilibrios en la economía como también por los precios de los principales commodities a nivel mundial. De manera parcial, el proceso parece haber dado sus frutos si se tiene en cuenta que en lo que va de 2022, Mastellone logró revertir el rojo y cerrar el primer semestre con ganancias por \$ 616 millones, contra pérdidas por \$ 995 millones de igual período de 2021 y de \$ 2.359 millones del primer semestre de 2020. Los datos surgen del balance presentado por la alimenticia a la Comisión Nacional de Valores (CNV), en el cual asegura que "seguirá poniendo el foco en la calidad de sus productos, en el sostenimiento del abastecimiento para el mercado interno y en la ejecución normal de sus actividades de comercio exterior". Todas acciones que se encuadrarán en la búsqueda de una recomposición de sus márgenes de rentabilidad adecuados para sostener también el crecimiento de sus negocios. Sin embargo, la empresa advierte que el resultado positivo del período finalizado el 30 de junio se produjo por el efecto del atraso cambiario versus la inflación registrada, considerando especialmente la estructura patrimonial de la compañía. En el documento Mastellone admite haber estado expuesta "a los grandes desafíos que tuvieron que enfrentar las empresas de consumo masivo que destinan la mayor parte de su producción al mercado interno". Es decir, a la inflación de costos, caída del poder adquisitivo personal, intervención del Estado en la política de precios, y compresión de márgenes de utilidad. Teniendo en cuenta el complejo panorama económico que predicen sus ejecutivos para los próximos meses, la compañía busca redoblar sus esfuerzos implementando una serie de iniciativas en las fases operativas y sobre todo en logística y distribución destinadas a alcanzar una mayor eficiencia operativa, administrativa y financiera. "Esto sin duda ha comenzado a redundar en una reducción de costos y recomposición de márgenes operativos", aseguran desde la empresa láctea que también apuestan a crecer en el mercado internacional a partir del aumento de los precios de los productos lácteos. "Esto nos permitirá aumentar el volumen de saldos exportables compensando parcialmente las bajas que se registren en el mercado interno", agregan. También recuerdan que a partir de su marca insignia La Serenísima, se han mantenido "muy activos" en innovación y desarrollo, lanzando productos nuevos que amplían la oferta, procurando cubrir todos los segmentos del mercado.

"Asimismo hemos llevado adelante políticas de marketing y comunicación que apuntan a incorporar valor a nuestras marcas, las cuales siguen estando entre las 10 más reconocidas del país", detalla el informe. El plan contempla además un proceso de reestructuración de parte de su deuda para estirar los pagos o modificar algunas condiciones financieras que le permitan contar con la caja suficiente como para atender la crisis de coyuntura que enfrenta tanto Mastellone como el resto del sector alimenticio local. En este contexto, el 1 de junio de 2021 lanzó una oferta de canje por un valor nominal de miles US\$ 162 millones o el 81,50% del valor nominal total de sus Obligaciones Negociables Clase F emitidas originalmente a una tasa fija del 12,625% anual y con vencimiento el 3 de julio de 2021 por un total de US\$ 199 millones. La oferta consideró el canje de cada US\$ 1.000 de valor nominal de las ON por US\$ 675 de valor nominal en nuevos títulos Clase G garantizados no subordinados a una tasa fija del 10,95% anual con vencimiento en 2026 y por los US\$ 325 restantes, un pago en efectivo. Como resultado de la oferta se obtuvo una aceptación de los bonistas por US\$ 164 millones, y se emitieron las nuevas ON el 30 de junio de 2021 por un monto de US\$ 110 millones y se efectuó la cancelación en efectivo por US\$ 53,3 millones a aquellos tenedores de las ON objeto de la transacción que ingresaron en el canje. En el caso los que no lo hicieron, Mastellone efectuó, en la misma fecha, la cancelación por US\$ 35,4 millones en efectivo junto con el interés devengado. La registración del canje de las ON originó una ganancia de \$ 1.079 millones, registrada en el rubro otros resultados financieros del estado de ganancias o pérdidas del ejercicio económico finalizado el 31 de diciembre de 2021.

Dánica suspenderá la producción de sus plantas por no poder importar insumos esenciales

Debido a las restricciones impuestas por el Gobierno para acceder a divisas, la marca Dánica, que produce margarinas para la industria de la panificación, para usos hogareños y aderezos, suspenderá la producción de sus plantas a partir del 31 de agosto, porque le faltan insumos importados indispensables para la elaboración. Esta situación afectará a más de 200 colaboradores de la empresa en las unidades productivas de Llavallol, provincia de Buenos Aires y Villa Mercedes, San Luis. Luego de varios meses de afrontar dificultades con cambios en las restricciones cambiarias y la imposibilidad de pagar en el exterior insumos importados vitales para la producción (PKO, Estearina de palma y almidón), y el consumo total de su stock de materia prima, la compañía

frenará su producción generando un inminente desabastecimiento de sus canales de comercialización de consumo masivo e industrial y consecuente impacto en las cadenas de panificación y de restaurantes del país. Según confiaron en la empresa, la situación se planteó oportunamente a las autoridades de los distintos estamentos y reparticiones desde noviembre de 2021, anticipando que de no autorizarse el acceso a divisas para la importación de insumos se produciría un quiebre de stock y consiguiente desabastecimiento al mercado nacional. "Desde la empresa hemos hecho todos los esfuerzos posibles para no discontinuar la producción. Pero nos encontramos con un severo quiebre de stock que nos permite producir para no más de 10 a 15 días. La margarina es un producto que no sólo se consume en la mesa, sino que también es insumo básico de la cadena de la panificación y la gastronomía, y creemos que es ahí donde más puede golpear el desabastecimiento", explicaron. Y enfatizaron, además: "Lo que nos preocupa profundamente es que la dificultad de acceder a divisas para adquirir insumos ponga en riesgo la planta de personal, que es lo que principalmente se busca preservar, la fuente de trabajo argentino". Dánica es una empresa de capitales 100% argentinos, especializada en productos de consumo masivo (margarina y aderezos), pero también es líder en abastecimiento de materias grasas para la cadena de la panificación y gastronómica. "El desabastecimiento en este caso será particularmente crítico para la elaboración de productos de panificación y de la gastronomía, como así también como insumo de productos envasados como galletas, bollería, repostería, entre otros", subrayaron en la compañía.

La mayor alimenticia del país, afectada por la inflación y el cepo a los precios

Molinos Río de la Plata, la mayor empresa alimenticia del país y propiedad de la familia Perez Companc reporta una reducción del 30% en sus resultados operativos correspondientes a los primeros 6 meses de 2022. El dato pone de manifiesto la diferencia entre los ingresos con los costos y gastos de la empresa durante el semestre para, de ese modo, poder saber la pérdida o ganancia del ejercicio. Por lo menos así surge del informe que la compañía envió a la Comisión Nacional de Valores (CNV) para anunciar los resultados de su balance correspondiente a enero-junio y en el cual también informa ganancias por \$ 5.195 millones que contrastan con los casi \$ 1.000 millones de resultado positivo que obtuvo en igual período de 2021. En el documento sus ejecutivos hacen referencia además a un incremento de 5,1% en el volumen comercializado, con ingresos netos

por \$ 46.916 millones que estuvieron levemente por encima del mismo período del año anterior pero que de todos modos no lograron sostener la recuperación en el volumen de ventas. "La significativa caída de los resultados operativos se vuelve a focalizar en la imposibilidad de recuperar en los precios de venta los relevantes y cada vez más frecuentes aumentos en los costos, a pesar de mantener una firme política de ajustes en los gastos de comercialización y administración que continúan disminuyendo en relación a los ingresos de la empresa", asegura Molinos en el informe publicado en la web de la CNV. Es decir, la constante y preocupante suba de la inflación, que para julio se anticipa en un 8% llevando el acumulado de 2022 por encima del 44%, causa un fuerte impacto en la política comercial no sólo de la empresa de los Perez Companc, sino en el resto del sector alimenticio. Más que nada, entre las empresas que participan de los programas oficiales como Precios Cuidados. El documento de Molinos asegura que el impacto en los costos que afecta a la sociedad se asocia a la persistente suba de los commodities a nivel internacional. En particular, y como ya fue destacado al cierre del primer trimestre, en Molinos advierten que tanto el precio del trigo como el del girasol, dos de sus principales insumos, se mantuvieron especialmente afectados por la invasión rusa a Ucrania. "Esta situación impulsó de manera significativa los precios de ambos insumos al alza", asegura el paper. Sin embargo, la empresa también advierte sobre la situación doméstica, con insumos, envases y fletes, "que continúan aumentando alineados con el sostenido proceso inflacionario". Más allá del escenario negativo a nivel de resultados operativos, en Molinos destacan un efecto positivo de carácter contable que impacta en los resultados después de impuestos y que llevan el balance neto a la rentabilidad. "A pesar de las dificultades del contexto, vamos a continuar enfocada en el consumidor, sus marcas, la productividad y la eficiencia para seguir acompañando a los argentinos con productos cada vez más saludables, ricos, prácticos y accesibles", aseguran desde la compañía. Pero, tanto la crisis de ingresos que sufre Molinos como los problemas similares que atraviesan otros grandes grupos alimenticios locales se viene repitiendo durante los últimos años. Un escenario que muestra empresas que acumulan resultados financieros que reflejan los períodos de inestabilidad por los que atraviesa la industria alimenticia producto de la fuerte caída del consumo; del impacto de las medidas sanitarias para combatir el Covid-19 y de los programas de congelamiento y controles de precios establecidos por el Gobierno con el supuesto objetivo de controlar la inflación. En el caso de la empresa de los Perez Companc, en el 2021 finalizó su ejercicio económico con una caída de 4,3% en sus ingresos y 29,9% en sus

resultados operativos respecto al 2020. Si bien su ganancia neta fue de \$ 2.829, sus ingresos alcanzaron los \$ 66.572 millones en comparación de los \$ 69.545 millones de 1 año atrás. La cifra evidencia el impacto que tuvo el menor consumo de alimentos en hogares durante el 2021, que según la consultora especializada Kantar cayó 12,6% comparado con el año anterior. En tanto, el resultado neto se sostuvo producto del dinamismo en los programas de eficiencia, el estricto control de gastos, la reducción del costo financiero y la desaceleración del ritmo de devaluación de la moneda local. De todos modos, este proceso no le permite recuperar en los precios de venta los importantes aumentos de costos, medidos a sus valores de reposición, asociados a la suba persistente de las materias primas a nivel internacional, como así también los costos locales, principalmente insumos y fletes, que continúan aumentando. Se trata de los mismos efectos que sufrió en 2020, cuando su resultado positivo tampoco le alcanzó para revertir la caída de ingresos en casi todas sus áreas, que retrajeron sus volúmenes comparados con los de 2019, en especial en categorías importantes como fideos, arroz, harina, yerba.



ART. DEL HOGAR

Gigante de aires acondicionados producirá un nuevo modelo

La marca de aires acondicionados York, perteneciente a la multinacional Johnson Controls, comenzará a fabricar un nuevo producto en Tierra del Fuego. El proyecto parte de su plan de inversiones por US\$ 10 millones en la Argentina, que anunció con el propósito de producir nuevos equipos, abrir oficinas, ampliar sus centros de distribución y asegurar el inventario. La producción del mini Split High wall está prevista que se concrete entre septiembre y octubre. Actualmente, la empresa -que opera en más de 150 países, con más de 105.000 empleados en 2000 oficinas- se encuentra en proceso de importar los componentes para la fabricación y ya tiene las aprobaciones correspondientes para garantizar la entrega, según informó. "Produciremos equipos de

capacidades 3000, 4500 y 6000 frigorías, tanto en compresor fijo como en Inverter. Además, toda nuestra línea incluye la función Wifi Ready para mayor confort de nuestros clientes. Son equipos de última generación que cumplen con las nuevas reglamentaciones locales de eficiencia", detalla Mariano Bruno, gerente de Ventas para Cono Sur de Johnson Controls. Para ello, se realizaron acuerdos globales con diferentes socios estratégicos de la compañía en Asia, que garantizan a los clientes productos eficientes y las últimas novedades a nivel tecnológico. "Estos convenios con proveedores son muy importantes para hacer crecer el negocio en la Argentina, desarrollando un lineal completo de equipos de la marca", afirma. La marca está presente en Tierra del Fuego desde hace más de 10 años. Sus soluciones son empleadas en el ámbito residencial, institucional, sanitario, hotelero y educativo. Próximamente, se enfocará en la fabricación de nuevos aires acondicionados destinados al mercado residencial, con tecnología de compresor Inverter de última generación y alta eficiencia, para brindar un mayor ahorro de energía. La producción de estos equipos se realiza junto a un socio estratégico que opera desde hace varios años y con el que se ampliará el vínculo hasta 2025. Actualmente, York produce 15.000 unidades de compresor Inverter al año. Como parte del plan de inversión, se ampliará la fabricación, incorporando otros 25.000 equipos con compresor fijo para la próxima temporada. Su apuesta se da en un contexto de crecimiento del sector. En 2021, subió la producción de aires acondicionados en el país. Se hicieron cerca de 1,12 millones de equipos, un 119% más que en 2020 y un 78% por encima de 2019, según la Asociación de Fábricas Argentinas Terminales de Electrónica (Afarte). La compañía dispone de 4000 m2 de depósitos con mercadería nacionalizada, 3000 con productos en zona franca y otro depósito de 2000, también ubicado en área de beneficios tributarios, desde donde se atenderán los pedidos de la Argentina, Uruguay y Paraguay. Como parte de su plan de crecimiento, inaugurará nuevas oficinas en Boulogne, Zona Norte. Serán 400 m2 para el funcionamiento tanto del área comercial como de un centro de capacitación y entrenamiento. La empresa había tenido presencia en el país hasta 2014, cuando cerró la operación debido a las dificultades para importar algunos de sus componentes. Luego, en 2016, con la fusión entre Johnson Controls y Tyco, volvió a abrir los segmentos de Canal Directo e Indirecto. Ahora, ya con estructura propia de Johnson Controls International, avanza para reposicionarse en la Argentina y en otros mercados, como Paraguay y Uruguay.



AUTOMOTRIZ

Ford: avanzan las inversiones por US\$ 580 M en la planta de Pacheco

Ford Argentina presentó los avances en las tareas de transformación de su planta ubicada en la localidad bonaerense de General Pacheco, que forma parte de un plan de inversiones por US\$ 580 millones. Ford destacó que la fábrica ya está en condiciones de aumentar los estándares y niveles de producción diaria de la pickup Ranger, mediante un ecosistema digital y procesos de automatización que la posicionan como una de las terminales más modernas de la región. Este desempeño de producción resulta un 38% superior a los registros prepandemia, y con capacidad instalada para continuar creciendo, e incorporando desde 2020 más de 400 nuevos colaboradores para cubrir la creciente demanda en Sudamérica, explicó en un comunicado la automotriz de origen estadounidense. El avance en el plan de inversión permitió sumar nuevos destinos de exportación, incorporando destinos como República Dominicana, Guatemala y Panamá a los mercados de la región donde Planta Pacheco ya destina el 70% de su producción. "Tecnologías de vanguardia, ciencia de datos, procesos propios de la Manufactura 4.0 y sistemas de avanzada aplicados a la eficiencia, calidad y sustentabilidad, posicionan a Pacheco como una de las plantas automotrices más modernas de la región, en línea con los estándares de los centros productivos de Ford a nivel global", explicó la marca en su reporte. El proyecto también destina un 30% de las inversiones al desarrollo de autopartes de origen nacional. El plan de ejecución de las obras requiere de varias etapas antes de completarse, de las cuales Planta Pacheco ya completó varias de ellas que permiten que los sectores de Estampado, Carrocería y Montaje hoy operen como los centros productivos más avanzados para acercar al país lo último en innovación industrial. El sector de Carrocería es un ejemplo de esto, con la incorporación de más de 300 robots de soldadura automática que operan sincronizados para formar la caja y la cabina de Ranger. Estas tecnologías llevaron a ampliar en alrededor de un

90% la capacidad instalada del área. A su vez, en el área de Estampado -donde comienza la producción y se moldean los paneles que forman el esqueleto de la pickup-, ya se iniciaron las pruebas para poner en funcionamiento la nueva línea de prensas de alta velocidad. En la planta de Montaje, agregando a las obras finalizadas y en funcionamiento del área de Dress-Up de motores, se completó la transformación de las líneas de Chasis y Tapicería, aumentando las capacidades de producción. La implementación de nuevo software permitió automatizar la logística interna de la planta -tanto con la cadena de suministros, como con las líneas productivas-, optimizando el proceso de stock y distribución de las piezas necesarias para la fabricación de la próxima generación de Ranger en 2023. Desde la primera fase hasta ahora, los equipos de colaboradores han recibido más de 25.000 horas de capacitación para adquirir las herramientas y conocimientos necesarios para convertirse en gestores de la innovación, tomar decisiones ágiles y brindar soluciones prácticas.

Iveco suma nuevos modelos en Córdoba y ya tiene en la mira la exportación

A principios de 2022, la productora de camiones Iveco se escindió de su empresa matriz CNH Industrial a nivel global. En la Argentina, en tanto, la compañía estaba preparando novedades como el inicio de la producción del segmento de camiones de 15 toneladas y la planificación de sumar las categorías de 9 y 11 toneladas al portafolio de la planta de Córdoba. "Estamos bastante motivados con todo lo que está pasando en la compañía, los cambios, el spinoff, el crecimiento de volumen, los nuevos productos. Es un momento muy positivo para América latina, a pesar del desafío que impone la economía", dice Márcio Querichelli, presidente de Iveco para América Latina. Normalmente, el negocio de vehículos comerciales pesados y medianos en la Argentina va muy de la mano de la actividad económica. En años buenos, se vende entre 25.000 y 30.000 unidades. En 2022, a pesar de las dificultades que está atravesando el país, se espera cerrar diciembre con cerca de 22.000 camiones 0 km puestos en la ruta. Iveco es líder en el mercado, con un share del 27%, que se amplía a 39,9% en el segmento de más de 16 toneladas. Con un retraso en la renovación del parque a raíz de la pandemia, la perspectiva es que estos números se sostengan en los próximos años. Entre otros, ese fue uno de los motivos para que la compañía italiana decidiera diversificar la producción que sale de Córdoba. "Empezaron a producir un camión de 15 toneladas y acabamos de anunciar que vamos a producir para fines

de año los modelos de 9 y 11 toneladas. Con eso queremos lograr ser líderes de mercado también en el segmento de medianos. Los 2 nuevos modelos se empiezan a producir en el cuarto trimestre del año. Hasta diciembre estamos importando unidades de Brasil. Ahora en el segmento de mediados deberíamos producir de 300 a 400 unidades anuales", explica Querichelli. En 2020 la compañía anunció una inversión de US\$ 200 millones en la región. Aunque el destino de gran parte de ese dinero fue Brasil, el desembolso también sirvió para preparar la planta de Córdoba a la producción de estos nuevos modelos. Además, de abastecer el mercado local, en 2023 la compañía espera poder exportar el 10% de la producción a Brasil, Chile y Perú, entre otros países. El ejecutivo destacó que es un gran desafío iniciar un proyecto de producción de estas dimensiones. Por un lado, la industria en todo el globo enfrenta problemas en su cadena de abastecimiento por faltantes de componentes como microchips. Además, la logística aún no se recuperó desde la pandemia y la invasión rusa a Ucrania no hizo más que dificultarla aún más. A estos problemas que enfrentan las plantas de todo el mundo, se le suman los problemas locales, como la falta de dólares para acceder a la importación de insumos. Para solucionar estos escollos, Iveco decidió trabajar codo a codo con sus proveedores locales. "Con los cambios regulatorios es cada vez más difícil para ellos. Nosotros trabajamos en conjunto, porque si un proveedor no nos abastece, no podemos producir", dice Querichelli. En la actualidad, la compañía tiene un 65% de contenido Mercosur en sus camiones. El objetivo es ampliarlo hasta un 73%. En la Argentina se producen, sobre todo, chasis, cables y neumáticos. Pero a raíz de las trabas a las importaciones, se están desarrollando nuevos proveedores locales. "Es cierto que la demanda depende de cómo marche la economía, pero hoy estamos contentos. Para quien tiene producción local, la Argentina es un mercado interesante", cierra.



BEBIDAS

A la espera del 'dólar malbec', bodegueros tienen su segundo mejor semestre exportador de la historia

A la espera de un dólar malbec, la Argentina exportó en los 7 primeros meses de 2022, 159,9 millones de litros de vino por un total de US\$ 551 millones. Se trata del segundo mejor ingreso de divisas de los últimos 7 años por detrás del récord de 2021. Según los datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), hasta julio se exportaron, en volumen, 20% menos de vino respecto al mismo período de 2021. Ese número se traduce en 41,1 millones de litros menos. Los datos de INV arrojaron que, de los 159,9 millones de litros exportados, 116,9 millones (73,1%) corresponden a vinos fraccionados y 42,9 millones (26,9%) son vinos a granel. Ahora, el dato importante tiene que ver con el ingreso de dólares que generó esa exportación. En el período enero-julio aumentó el precio medio de todos los tipos de vinos, en línea con lo que ocurre a nivel mundial. El valor promedio del vino total en el acumulado fue de US\$ 3,02 por litro, lo que significó un alza en el precio del 17,9%. Mientras que el fraccionado se comercializó a US\$ 3,82 el litro (3,2% más que en 2021) y el granel a US\$ 0,83 por litro (31,4% por encima del mismo período de 2021). Las exportaciones de mosto concentrado en lo que va del año ascienden a 46.555 toneladas, un 16,9% menos en volumen y un 8,9% más de ingreso de divisas respecto al mismo período de 2021. El precio promedio del mosto concentrado en el acumulado de 2022 llega a US\$ 1471 la tonelada, pero en julio ya se comercializa a más de US\$ 1600 por tonelada. El ingreso de divisas por la exportación de vinos fraccionados en 2021 alcanzó su récord histórico de US\$ 822,6 millones, mientras que en volumen, los 220,3 millones de litros exportados en 2021 se ubican en el segundo lugar desde el 2000, solo superado por los 228,1 millones de 2010. Según los datos de INV, en julio, hubo una baja de 26,9% en el volumen de exportación, lo cual se desprende de una caída de 12,4% en el fraccionado y de 60,1% para el granel. En los fraccionados, la única categoría que tuvo un saldo positivo fue el vino espumoso, que tuvo un

crecimiento de 39,4% en la comparativa del mismo mes de 2021, aunque solo representan el 3% del total. En tanto, los vinos sin mención varietal cayeron un 21,5% y los varietales un 12,4%. Los productores de vino, agrupados en la Corporación Vitivinícola Argentina (Coviar) le pidieron al gobierno que el dólar divisa se ajuste por lo menos un 40% y exigieron ciertas flexibilizaciones en torno al nuevo cepo a las importaciones.



CALZADO Y CUERO

Le Coq Sportif lanza su nueva colección en Argentina

Le Coq Sportif presenta en la Argentina su nueva colección de zapatillas en las que se combinan materiales de alta calidad, una amplia diversidad de colores y modelos que repasan diferentes versiones de estilo running y tenis. Los precios van desde \$ 18.000 hasta los \$22.000. La marca francesa con 140 años de historia, posicionada desde sus inicios como un referente a nivel internacional por la *élégance française*, surgió para abastecer a deportistas de todo el mundo, pero que hoy se extiende en toda su colección, tanto de deportes, como de lifestyle. En 1992, Le Coq Sportif presentó Dynactif, un innovador sistema de amortiguación para el running, basado en la transferencia de energía absorbida desde el talón hacia la parte delantera del pie, generando mayor comodidad en el consumidor. En la actualidad, la marca revivió esta tecnología y la adaptó para la calle, con la idea de que las zapatillas se han convertido en un arte de vivir. Con el objetivo de recordar la esencia de la marca en el tenis, se presentan una gran variedad de zapatillas inspiradas en el deporte de los años 80 y 90, pero ahora para ser usadas fuera de las canchas. Los diferentes modelos de la colección estarán disponibles en los principales puntos de venta del país.



CONSTRUCCION

Alquiler por dueño directo: se duplicaron las operaciones para hacer más flexibles los contratos

Los propietarios le escapan a la Ley de Alquileres, con plazos a 3 años y actualizaciones anuales, buscan rentar sus propiedades a través de "dueño directo". Desde el sector aseguran que se duplicaron las unidades que buscan inquilino sin la intersección de una inmobiliaria. Hoy la demanda de alquileres es muy alta y el stock disponible es casi inexistente lo que potencia aún más el negocio de "dueño directo". "Se alquila tan rápido que la intermediación pierde sentido en muchos casos", explica, Eduardo García, fundador del portal Solodueños.com. "El boom hoy se está notando en el portal con un alza de operaciones a través de los dueños que ponen en alquiler sus inmuebles, evitando las inmobiliarias", agrega. Si bien el portal solo funciona como una vidriera para ofrecer una unidad en alquiler, García asegura que "recibimos muchas consultas a través de nuestro call center en donde los propietarios nos plantean hacer contratos con las condiciones de la ley anterior. Nosotros no lo recomendamos, pero sabemos que existe". La explicación de este fenómeno tiene que ver con la actual Ley de Alquileres: son pocos los propietarios que quieren firmar los contratos locativos con plazos de 3 años y actualizaciones anuales. Según explican desde Solodueños.com, en menos de 48 horas las propiedades se alquilan, lo que fomenta a los propietarios evitar las inmobiliarias. "Hoy los dueños quieren poder negociar sin intermediarios, es algo que siempre ocurrió pero que creció a partir de la nueva Ley", agrega García. "Son muchos los dueños que nos piden hacer actualizaciones semestrales y contratos por 2 años. Pero, hoy las inmobiliarias no están operando por fuera de la actual normativa. En esos casos se pierde el cliente y muchas veces decide rentar su casa por su propia cuenta", explica un empresario inmobiliario. "La mayoría de las inmobiliarias si no es a través de la nueva ley no toman la propiedad, o bien en algún caso, asesoran al cliente como poder instrumentarlo pero no quieren asumir ningún riesgo", explica al respecto José Rozados director

de Reporte Inmobiliario. Los propietarios no solo hacen sus propias reglas locativas sino que evitan el pago de comisiones a los inmobiliarios. "Hoy hay tanta demanda que los departamentos se alquilan prácticamente solos", explica. El principal problema para los dueños sigue siendo sobre todo la actualización de los alquileres prevista en la nueva ley. "Se trata de una única actualización anual en pesos con inflaciones proyectadas por sobre el 90% hoy casi nadie quiere ajustarse a eso", finaliza Rozados. Hoy, según explican desde el sector, la mayoría de los propietarios se están rigiendo por la ley anterior, que establecía contratos por 2 años e incrementos pactados entre las partes. En general las actualizaciones no se hacen de forma anual, sino cada 6 meses y son los propietarios e inquilinos los que establecen el porcentaje de aumento que en general es del 30%.

La nueva "joya" inmobiliaria: pequeños barrios cerrados en Martínez con vistas al río únicas

A partir del mejoramiento de la situación sanitaria, parte de las familias que habían optado por "huir" hacia los suburbios, retornan a las ciudades. Acortar las distancias laborales y con sus vínculos sociales, así como facilitar el acceso a los servicios, están entre los principales motivos. Con miras a responder a la demanda que prioriza el contacto con la naturaleza y una mejor calidad de vida, pero que a su vez disfruta los beneficios de residir dentro de ámbitos urbanos, surgen proyectos inmobiliarios con nuevos formatos. En Martínez, comenzó a reflejarse este fenómeno con el desarrollo de mini barrios privados. En esa localidad de San Isidro hay 3 que presentan diferente grado de avance. Se construyen sobre predios cuya superficie promedio está entre 12.000 m² y 15.000 m², en los que existían antiguas casonas o estancias en desuso. En algunos casos, hay un plus: estos terrenos están sobre la barranca, con vistas abiertas al río y vegetación añosa, aunque están a metros de las principales arterias de la localidad. "El barrio privado es elegido por aquellos que necesitan algo más en materia de seguridad. Y también es bienvenido este producto desde lo urbanístico ya que, en general, se reconvierten predios que estuvieron abandonados por varios años y que en algún caso puede ser que hasta hayan sido intrusados", afirma Laura Porto, directora de la inmobiliaria Narváez, comercializadora de estos proyectos que son desarrollados por la empresa homónima. "Se los transforma en barrios poco densos y con viviendas de calidad, que definitivamente agregan valor a la zona", agrega. "No existen en la zona, barrios

privados con estas características y en esta localización, aunque hay algunos en proceso. Se trata de un producto diferente. La post pandemia le agregó valor al verde y hay un consumidor que optó por la casa, dejando de lado el departamento. La respuesta es muy buena.", señala Porto. Los predios se subdividen hasta en 20 lotes, de 600 a 1.900 m² de superficie, cuyo precio del metro cuadrado promedia los US\$ 1.000. Las obras que los desarrolladores llevan a cabo incluyen calles internas pavimentadas, muros perimetrales, red de servicios subterráneos (agua, luz, gas, cloacas e internet), garita de acceso y guardia 24 horas, seguridad digital, parquización y paisajismo. Cada proyecto, a cargo del Estudio Donaldson, con desarrollo de Narváez, implica una inversión promedio de US\$ 1,5 a US\$ 2 millones (con terreno), sin incluir el monto que cada comprador asigne a la construcción de su casa. A 2 cuadras de la avenida Del Libertador y a metros de la línea costera, sobre una exclusiva parcela de 13.650 m² en las barrancas de la calle Alvear, partido de San Isidro, en septiembre comenzarán a entregarse lotes del nuevo barrio privado Martínez Chico. Este desarrollo comprende solo 10 terrenos: 7 parcelas de 610 m² a 760 m², y 3 más amplias, de 1.670 m² a 1.900 m², que están sobre la barranca y cuentan con "impactantes vistas plenas al Río de la Plata". Si bien la propiedad original poseía una casona, fue demolida. El masterplan prevé escasas unidades funcionales, además de "generosos retiros constructivos y respeto por las características topográficas de la barranca, lo cual permitirá un mayor uso de espacio verde, baja ocupación del suelo y menor densidad poblacional", añaden. Ya se vendieron el 60% de las unidades. Quedan 4 lotes, de 646 m² a 762 m². Los precios arrancan en US\$ 1.200/m². En el caso de Finca Pueyrredón, desarrollo que prometen entregar en el primer semestre de 2023, también el terreno adquirido tenía una edificación que fue derruida para llevar a cabo el nuevo proyecto: un barrio privado sobre un predio de 13.357 m², en el Bajo Martínez. El complejo estará integrado por 15 lotes, cuyas medidas varían entre 556 m² y 1.262 m². De ellos, los 4 más grandes se ubican sobre el final de la calle interna que conectará con el acceso principal, pero como son los más codiciados -dado que contienen la barranca con vista franca al río-, ya están reservados. Se reservaron el 40% de los terrenos y hay 9 pendientes (de 553 m² a 936 m²). El precio promedio del metro cuadrado es de US\$ 1.000. Finca Sarmiento es otro de los barrios construidos en esa localidad del partido de San Isidro. Se implanta en un predio de 2,7 hectáreas sobre la barranca, entre las calles Juan Díaz de Solís, Sarmiento, Dr. Eduardo Madero y Vicente Fidel López. El conjunto residencial comprende 17 lotes que oscilan entre los 600 y 1.000 m² de superficie, destinados a construir viviendas

unifamiliares. De ellos, el 80% ya fueron vendidos y comenzaron a entregarse en junio; quedan por colocar solo 4, de 600 m2 a 983 m2. Se venden a US\$ 1.000/m2. A diferencia de los otros, en este proyecto se conserva e integra la casa principal de la estancia -que data de 1896- ubicada al borde del declive de la barranca. Además, la edificación que funcionaba como casa de huéspedes y la antigua caballeriza "son reacondicionadas incorporando un gran porte de valor cultural". Dentro del predio también se conservan esculturas, luminarias, ornatos de gran formato y otros elementos con alto valor patrimonial. En tanto, según aclaran, el proyecto permite la conservación de la mayoría de los árboles añosos, "con un nuevo tratamiento de parquización y de disposición de gran parte de los espacios verdes, siempre respetando las virtudes paisajísticas originales realizadas por Carlos Thays".



ENERGÍA

Edenor en problemas por mayores costos y tarifas retrasadas

Según los estados financieros que Edenor, propiedad del grupo de los empresarios Daniel Vila y José Luis Manzano, acaba de publicar en la Comisión Nacional de Valores (CNV), entre enero y junio registró pérdidas por \$ 9.859, su patrimonio asciende a \$ 90.608, su resultado operativo fue negativo en \$ 10.681 y sus inversiones fueron de \$ 8.655, destinados a incrementar los niveles de calidad de servicio y a la atención de la demanda de los actuales y de los nuevos clientes. Los datos reflejan una caída de 6% de los ingresos y de 16% del margen bruto en términos reales consecuencia del retraso tarifario y del aumento de los costos operativos. El margen bruto, denominado Valor Agregado de Distribución (VAD), cayó 16% respecto del mismo período del año anterior en términos reales como consecuencia del atraso tarifario ya que los aumentos otorgados respondieron a incrementos en los precios estacionales de la energía y no en ingresos para la distribuidora. El EBIT resultó en una pérdida de \$ 10.681

millones, en línea con la disminución del margen bruto sumado a un incremento generalizado en los costos de operación. Por esos motivos, su millonaria pérdida registrada en este primer semestre de 2022 fue causada principalmente por el deterioro del margen bruto y del resultado operativo y por una mayor carga financiera originada por el diferimiento del pago de las obligaciones con el Mercado Eléctrico Mayorista, situación necesaria para continuar operando. Es decir, el preocupante escenario que atraviesa Edenor está fuertemente impactado por la falta de actualización de sus ingresos como consecuencia del congelamiento o de incrementos insuficientes de tarifas, los efectos generados por la pandemia y la inestabilidad económica. Es más, en su informe Edenor admite que, a pesar de haber sostenido las mejoras en sus niveles de calidad de servicio al reducir la duración y frecuencia de los cortes, no logró revertir el capital de trabajo negativo lo que refleja el deterioro que aún presenta su ecuación económico-financiera, principalmente por el incremento constante de los costos operativos. De todos modos, Edenor avisa que continuará sus operaciones como una empresa en marcha "toda vez que esta distribuidora, históricamente ha recibido soluciones de transición, las cuales permitieron recomponer parcialmente la ecuación económico-financiera y garantizar la operación de las redes de distribución". El paper recuerda que Edenor viene registrando capital de trabajo negativo "por las actualizaciones insuficientes de la tarifa desde febrero 2019, no cumpliendo lo previsto en la última RTI; constante aumento de los costos de operación y de las inversiones necesarias para mantener la calidad de servicio, dentro del contexto inflacionario en el cual se encuentra la economía argentina desde mediados del 2018". Adicionalmente, esta situación se vio agravada por los efectos de la pandemia en los últimos 2 años, la cual ha generado un alto impacto social económico y financiero. Considerando esta situación, el contexto macroeconómico del país y que el Gobierno no tiene intenciones de adoptar medidas que le permitan revertir la tendencia negativa, el directorio de Edenor advierte sobre la existencia "de un alto grado de incertidumbre respecto de la capacidad financiera de la empresa para afrontar el cumplimiento de las obligaciones en el curso normal de los negocios". Por ese mismo contexto, anticipa la posibilidad de diferir ciertas obligaciones de pago o de quedar "imposibilitada de atender las expectativas respecto de incrementos salariales o de costos de terceros". De todos modos, los ejecutivos mantienen cierto nivel de esperanzas sobre "diversos escenarios que le puedan permitir obtener herramientas financieras para mejorar la calidad de servicio e incrementar su eficiencia operativa, basando los planes de inversión en una visión de futuro y en el compromiso

con el país y su gente, procurando remunerar adecuadamente a todos los partícipes del negocio y cumpliendo sus obligaciones de manera oportuna". Durante 2021 y el primer semestre de 2022 la empresa explica que las modificaciones en los valores de los cuadros tarifarios sólo implicaron un traslado de los precios estacionales no mejorando sus ingresos por CPD "los cuales aún no resultan suficientes para cubrir las necesidades económico-financieras ante un escenario de crecimiento inflacionario anual superior al 60%". A este escenario negativo también aportan el estiramiento en la brecha cambiaria entre el dólar oficial y el blue y las consecuencias respecto del acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, las restricciones cambiarias impuestas por el BCRA al pago de importaciones de bienes necesarios para la prestación del servicio y la cancelación de su deuda financiera. "Estas restricciones cambiarias, o las que se dicten en el futuro, podrían afectar la capacidad de la sociedad para acceder al MULC dispuesto por el BCRA a los efectos de adquirir las divisas necesarias para hacer frente a sus obligaciones operativas y financieras", anticipa el informe de Edenor. La empresa también advierte que todo este cúmulo de impedimentos le afectó "aún más" su ecuación económico-financiera producida por el congelamiento tarifario, la imposibilidad de ejecución de deudas por energía consumida no abonada y el aumento de costos sobre la estructura operativa e insumos. Para evitar profundizar sus problemas, Edenor optó por postergar parcialmente los pagos a CAMMESA por la energía adquirida a partir de los vencimientos operados desde marzo de 2020, obligaciones que se fueron regularizando parcialmente, pero que al 30 de junio de 2022 acumulan un saldo de capital vencido de \$ 38.937 millones, más \$ 40.372 millones en concepto de intereses y recargos. Claramente, los nuevos escenarios tarifarios establecidos por el Gobierno, con incrementos de hasta 20% en las facturas, y la nueva estructura de segmentación tarifaria no impactan directamente en Edenor ni en el resto de las distribuidoras de luz y gas, ya que la reducción de los subsidios y el consiguiente aumento de ingresos queda en manos de CAMMESA y no en las cuentas de las compañías. En el sector explican que el cambio de ecuación no les permitirá mejorar sus ingresos y aseguran que los últimos aumentos -20% para el gas y 8% para la electricidad- tampoco fueron considerados como adecuados y acordes al nivel de inflación que muestra la economía argentina.

Tras salir del rojo, Central Puerto analiza nuevos proyectos energéticos

Central Puerto logró recomponer en parte su ecuación económica y revertir las fuertes pérdidas que venía acumulando y que en el primer semestre de 2021 le causaron un rojo de \$ 6.073 millones. Se trata de la mayor generadora de energía de Argentina que es mayoritariamente controlada por el grupo energético Sadesa, que tiene entre sus accionistas a los empresarios Nicolás Caputo (23%); Carlos Miguens Bemberg, (33,9%); Guillermo Reca, (22,5%); la familia Escasany, (13,6%) y los hermanos Ruete Aguirre, (7%). Según el informe enviado a la Comisión Nacional de Valores (CNV), logró cerrar su balance del primer semestre de 2022 con ganancias por \$ 7.974 millones. Es decir, con una diferencia a favor de 231%. La compañía posee instalaciones que incluyen centrales termoeléctricas; hidroeléctricas, así como unidades de cogeneración, además de ofrecer servicios relacionados al mantenimiento y reparación de componentes de plantas eléctricas, incluyendo turbinas de vapor y transformadores. En 2020, Central Puerto estuvo al borde del default cuando intentó ampliar los plazos de pago de un crédito que suscribió con los bancos Citibank; JP Morgan Chase Bank y Morgan Stanley Senior Funding INC destinado a financiar la adquisición de la planta Brigadier López. En ese momento y a partir de las nuevas normas para refinanciar pasivos en dólares emitidas por el BCRA, bajo la Comunicación "A" 7106, Central Puerto debió presentar un nuevo cronograma de amortización del préstamo. En este contexto, logró refinanciar la primera cuota de amortización del crédito por US\$ 36 millones que no había pagado en fecha y suscribió con los acreedores un acuerdo de espera por medio del cual no sufrió ninguna acción judicial o extrajudicial tendiente a reclamar el pago del monto adeudado. Ahora y según el documento enviado a la CNV, Central Puerto logró en los primeros 6 meses de 2022 ingresos por \$ 39.300 millones, similares a los \$ 38.600 millones de igual período de 2021. De igual modo, logró un aumento de 16% en las ventas bajo contrato, que ascendieron a \$ 21.700 millones contra los \$ 18.700 millones del semestre anterior, incremento que principalmente se logró a partir de la puesta en marcha de la Terminal 6 y mejoras en sus parques eólicos. También incrementó en un 85% sus ventas de vapor, llegando a los \$ 2.100 millones debido a que mejoró su producción en un 90%. Sin embargo, este incremento se vio parcialmente afectado por una caída de 18% en las ventas Spot/Energía Base que totalizaron \$ 14.600 millones debido a que la inflación fue mayor que el ajuste de tarifas y a una menor generación de la central hidroeléctrica Piedra del Águila afectada por el

mantenimiento programado de ciertas turbinas de vapor del sitio Puerto y el inicio de la planta Terminal 6 y el comienzo de ese contrato. En cuanto los ingresos operativos, el informe los ubica en \$ 17.400 millones, en comparación con los \$ 15.400 millones anteriores, crecimiento impulsado por una disminución de 5% en los costos de ventas que llegaron a los \$ 19.400 millones contra los \$ 20.500 millones del primer semestre de 2021. La mejora en sus costos fue potenciada principalmente por una disminución de 7% en los gastos de producción, los cuales totalizaron \$ 15.400 millones en comparación con los \$ 16.500 millones anteriores. También logró reducir sus gastos de mantenimiento, seguros, administración y comercialización, pago de honorarios profesionales e impuestos. En este marco, su EBITDA ajustado fue de \$ 35.000 millones contra los \$ 25.200 millones anteriores, logrado por un aumento de 12% en la diferencia de cambio de los activos operativos, principalmente relacionados con cuentas por cobrar comerciales FONI y por la mayor depreciación del peso argentino durante el período que fue de 21,91%, frente al 13,75% durante el primer semestre de 2021. Además de estos factores, en el trabajo se señala que la utilidad neta de Central Puerto se vio impactada positivamente por una disminución del 100% en la desvalorización de propiedad, planta y equipo y activos intangibles; un menor gasto por impuesto a las Ganancias; mayores ingresos financieros y una reducción de sus gastos financieros por la menor diferencia de cambio. El efectivo neto proveniente de las actividades de operación fue de \$ 16.900 millones que surge de sumar los \$ 11.200 millones de ingresos operativos; otros \$ 2.400 millones por un aumento en el saldo de deudores comerciales y \$ 1.700 millones en el cobro de intereses de clientes. A partir de su mejor perfil financiero, los ejecutivos de Central Puerto proyectan invertir US\$ 10 millones para desarrollar el proyecto solar San Carlos, en la provincia de Salta. Lo hizo luego de haber recibido la prioridad de despacho de 10MW para la planta solar, con lo cual buscará incrementar el proyecto que participaría en el mercado a término Mater, donde los grandes usuarios contratan directamente electricidad de generadoras de energías renovables. Central Puerto tiene también intenciones de incrementar la capacidad de la central Brigadier donde planea finalizar las obras luego de haber adquirido la planta en Puerto General San Martín, Santa Fe, a la energética estatal Enarsa en junio de 2019. En el frente hidroeléctrico, deberá comenzar de nuevo las conversaciones con el Gobierno por el futuro de su concesión Piedra de Águila que vencerá en 2023.

Pampa Energía puso en venta su participación en Refinor

A partir de un proceso de concentración en sus negocios más importantes, Pampa Energía comenzó a encarar un proceso para desprenderse de actividades que se encuentran consideradas dentro de su core business. En ese marco, el primer activo que habría puesto a la venta sería su participación en Refinor, donde posee el 28,5% de las acciones Clase A, mientras que otro 21,5 está en manos de Pluspetrol y el 50% restante es de propiedad de YPF. La salida de Refinor se enmarca dentro del plan de reorganización estratégica de su portafolio de activos que encaró Pampa Energía y en el que, por ejemplo, concretó la venta del 51% de las acciones de Edenor a una sociedad propiedad de los empresarios Daniel Vila, José Luis Manzano y Mauricio Filiberti, por casi US\$ 200 millones. Se trata de un deal que va en sintonía con ese proceso de cambio de rumbo adoptado por el grupo petrolero que dirige Marcelo Mindlin y mediante el cual que busca enfocarse en generación eléctrica y producción de gas natural. En el 2019 había concretado una operación de similares características. Fue cuando le vendió a Trafigura varios de sus activos en el segmento de refinación y distribución como eran la planta Ricardo Eliçabe, ubicada en de Bahía Blanca; la fábrica de lubricantes de Avellaneda; el establecimiento de recepción y despacho de Caleta Paula, en Santa Cruz; y la red de distribución de combustibles, operada con bandera Petrobras que se fueron transfiriendo a la marca "Puma Energy". En el caso de Refinor, participa en los negocios de refinación de petróleo; industrialización del gas; transporte de productos y comercialización y venta de combustibles. Opera una red de 92 estaciones de servicio y un poliducto de 1.100 Km de longitud, desde Campo Durán (Salta) hasta Montecristo, provincia de Córdoba, que abastece a las plantas de despacho de Güemes (Salta), Banda Río Salí (Tucumán). La empresa posee una red de centros de servicios con presencia en siete provincias del norte y centro del país y por el poliducto transporta gasoil; naftas para uso petroquímico y automotor y gas licuado de petróleo (butano y propano). En Campo Durán, recibe petróleo crudo y gas natural provenientes de la cuenca del noroeste y de Bolivia. En el caso de la refinería, también ubicada en la zona de Campo Durán, procesa petróleo crudo y gas natural que proviene de la cuenca del Noroeste y del sur de Bolivia. Tiene una capacidad de procesamiento de 4000 m3/día de petróleo crudo y 20,35 millones de m3/día de gas. En mayo, Refinor tomó varios préstamos bancarios con los bancos Hipotecario, Patagonia y BBVA por \$ 200 millones; \$ 600 millones y \$ 900 millones respectivamente, destinados principalmente a repago de deudas generadas por sus negocios. Mientras analiza las

ofertas para salir de Refinor, el grupo de Mindlin presentó su balance correspondiente al primer semestre de 2022, reportando un resultado positivo por \$ 69.191 millones, contra los \$ 36.833 millones que había obtenido en el mismo período de 2021. Lo hizo con un escenario macro económico de crisis, sostenido de la inflación y de la incertidumbre político-económica que también afecta al sector petrolero y de la energía local. Una situación que se sumó a retrasos en las contribuciones del tesoro nacional, por lo que CAMMESA ha registrado un creciente atraso de aproximadamente 100 días en los plazos de pago a las generadoras y productoras de hidrocarburos. En este contexto, en el segmento de generación, opera una capacidad instalada de 4.970 MW, que equivale al 12% de la capacidad instalada en Argentina, siendo una de las 4 generadoras independientes más grandes del país y con planes de expansión por 361 MW. En el segmento de petróleo y gas, centra su desarrollo en exploración y producción de gas y petróleo en 13 áreas productivas y en 5 áreas exploratorias, alcanzando un nivel de producción de 9,5 millones de m³/d de gas natural y 5,1 mil boe/d de petróleo. En el sector petroquímico, opera 3 plantas de alta complejidad que producen estireno, caucho sintético y poliestireno, con una participación de mercado local entre 91% y 100%. De manera adicional, participa en los negocios de transmisión de energía y transporte de gas y crudo, siendo co-controlante de Citelec, dueña de Transener, empresa dedicada a la operación y mantenimiento de una red de transmisión en alta tensión de 21.697 km, con una participación de mercado de 86% de la electricidad transportada en Argentina. En el negocio de transporte de gas, es accionista de CIESA, a su vez dueña de Transportadora de Gas del Sur (TGS), que posee 9.233 km de gasoductos en el centro, oeste y sur del país. También posee una participación indirecta del 30,1% en OCP, sociedad licenciataria de un oleoducto con una capacidad de transporte de 450.000 barriles por día en Ecuador.

Sociedad Comercial del Plata ganó \$ 2858 millones al cierre del segundo trimestre

Sociedad Comercial del Plata (SCP) ganó \$ 2858 millones en el primer semestre. El holding presidido por Ignacio Noel dueño de empresas de energía, construcción y alimentos, entre otros, alcanzó ventas consolidadas acumuladas por \$ 31.873 millones. SCP revirtió así los resultados que en el primer semestre de 2021 habían sido negativos. Había registrado una pérdida de \$ 11,8 millones acumulada en el primer semestre de 2021; un resultado afectado por cambio de

la tasa del impuesto a las ganancias del 30% al 35% que generó un ajuste negativo de \$ 3049. Las ventas consolidadas de SCP, que por las normas contables no incluyen las de Compañía General de Combustibles S.A. ("CGC") ni las de Lamb Weston Alimentos Modernos S.A. ("LWAMSA"), alcanzaron \$ 31.873 millones (\$ 48.878 millones si se incluyen las de esas 2 sociedades por el porcentaje de participación de SCP). El EBITDA consolidado (sin incluir CGC ni LWAMSA) ascendió a \$ 4332 millones (\$ 8905 millones si se incluyen esas sociedades por el porcentaje de participación de SCP). El Activo total es de \$ 67.798 millones y el Pasivo de \$ 17.162 millones lo que arroja un Patrimonio Neto de \$ 50.636 millones. El Capital social es de \$ 3119 millones. Al valor libros al 30 de junio de 2022, es de \$ 16,2 por acción. El resultado acumulado al cierre del segundo trimestre de 2022 no incluye el resultado por la venta del 40% del paquete accionario de LWAMSA a favor de Lamb Weston International B.V. por la suma de US\$ 42,3 millones por haber sido concretada con posterioridad a la fecha de cierre. La compañía recordó también que se suscribió un contrato de opción de compra/venta por el restante 10% de participación accionaria en LWAMSA, la que podrá ser ejercida por cualquiera de las partes a partir de julio de 2025 por la suma de US\$ 10,5 millones con más el devengamiento del 3% de interés anual. El Directorio continúa con su estrategia de mantener sus activos con un adecuado balance entre sectores económicos y regiones geográficas, generando efectos positivos para las comunidades en donde desarrolla sus actividades, aseguran desde SCP. La empresa cuenta con más de 16.000 accionistas, presente en los principales sectores estratégicos de la economía. Fue fundada en 1927, sus acciones cotizan en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires -bajo el símbolo COME- y se encuentran listadas en el SIX Swiss Exchange de Zurich.

YPF obtuvo ganancias por \$ 94.063 millones y anunció nuevas inversiones

YPF logró sortear la caída de \$ 46.262 millones registrada en igual período de 2021. El EBITDA ajustado de la petrolera de mayoría estatal alcanzó los US\$ 1.500 millones de manera que logró consolidar una ganancia neta de \$ 94.063 millones que le permite sobreponerse de la abrupta caída reportada 1 año atrás, cuando registró una pérdida total de más de \$ 46.000 millones. Desde la empresa manifestaron que los resultados positivos les permitirán no solo avanzar en la ejecución de las inversiones previstas para 2022, sino además incrementar un 10% el volumen de lo estimado. Lleva

invertido un total de US\$ 1.700 millones lo que representa una suba mayor al 55% respecto al mismo período de 2021. Con el aumento de las inversiones anunciado, el desembolso total podría superar los US\$ 4.000 millones, un 50% más que en 2021. De acuerdo a previsiones realizadas por la empresa, la inversión le permitiría crecer un punto adicional la producción anual de hidrocarburos. Si se concreta esta estimación, llegaría a 9% en comparación con 2021, lo que representaría el mayor crecimiento orgánico de último cuarto de siglo. Además reportaron que redundaría en una aceleración de la actividad no convencional, con mayor impacto en la cuenca del Golfo San Jorge y en paralelo un crecimiento de proyectos "midstream". Actualmente, la producción total de hidrocarburos se ubica en 504 mil barriles equivalentes por día, según el balance que expone datos del segundo trimestre. Esto representa una suba del 9% interanual, con un alza del 7% en lo que respecta al crudo y un 10% al gas, explicaron. La actividad no convencional sigue siendo el principal eje de desarrollo de la compañía. De acuerdo a datos oficiales de YPF, representa un 38% de la producción total. En el caso del crudo no convencional, el crecimiento rondó el 50%, mientras que el gas no convencional aumentó más de un 80% con relación a igual trimestre del año anterior. "Estos resultados se lograron a partir de las mejoras operativas desarrolladas por la compañía en sus campos en Vaca Muerta, donde se alcanzaron nuevos récords de eficiencia en los tiempos de perforación y fractura de los pozos y la segunda marca más alta en la cantidad de nuevas perforaciones de pozos horizontales", puntualizaron desde YPF. En lo que respecta a la comercialización de los combustibles, las ventas domésticas resultaron un 12,5% superiores al segundo trimestre de 2019, cuando aún no había impactado en el sector la pandemia. En cuanto al gasoil, expresaron que se registró "un récord histórico de suministro que fue abastecido a través de incrementos en los niveles de producción de los 3 Complejos Industriales". El nivel de procesamiento de dichos complejos fue un 8% superior al año anterior. El alza en el suministro también fue acompañada por las importaciones, la reducción de stocks y una mayor aditivación de biocombustibles. Reportó un flujo de caja positivo por noveno trimestre consecutivo. El mismo se ubicó en US\$ 310 millones "acumulando en el primer semestre un flujo neto positivo de US\$ 701 millones". Desde YPF señalaron que de esta manera lograron "disminuir, una vez más, la deuda neta de la compañía, alcanzando un nivel de US\$ 5.843 millones, con un ratio de endeudamiento neto que se ubicó en 1,3 veces en relación con el EBITDA ajustado".

TGS inicia las obras para extender el gasoducto Vaca Muerta Norte

Transportadora Gas del Sur (TGS), la compañía de servicios integrados, anunció el inicio de las obras para extender 32 km el Gasoducto Vaca Muerta tramo Norte. Recorrerá desde la zona Los Toldos I Sur hacia El Trapial, operado por Chevron. Así la región alcanzará 182 km de red de gasoductos de captación. Las obras requieren una inversión de US\$ 60 millones. La firma destacó que les permitirá "ampliar la cantidad de áreas de producción que atraviesa el gasoducto de TGS, permitiendo inyectar más gas de Vaca Muerta a los sistemas regulados de transporte". "Estamos muy orgullosos de continuar expandiendo las operaciones de TGS en Vaca Muerta, ratificando así, que las inversiones realizadas han promovido soluciones eficientes para los productores de gas, ya que resuelve el transporte y el acondicionamiento de la producción agregando valor al gas natural", remarcó el CEO de TGS, Oscar Sardi. En 2018 la firma invirtió US\$ 300 millones en Vaca Muerta para la construcción de los gasoductos Vaca Muerta Norte y Vaca Muerta Sur de 150 km. Estos atraviesan "30 áreas productivas de la formación" y permiten el transporte de hasta 60 MMm3 por día. El proceso continúa en la planta construida en Tratayén, donde el gas es tratado y luego es inyectado a los sistemas troncales de transporte de gas natural. En 2022 la firma duplicó la capacidad de recepción de condensados y estabilización de gasolina natural en la planta y "proyecta continuar realizando ampliaciones para los próximos años 2023 y 2024, para acompañar el continuo desarrollo de la cuenca". Desde la compañía, subrayaron que más del 60% del gas natural consumido en Argentina es transportado por TGS y "abastece en forma directa a distribuidoras, generadoras eléctricas e industrias, a través de 9.231 km de gasoductos de alta presión, que atraviesan 7 provincias de nuestro país".



FRUTAS Y HORTALIZAS

Exportan especias desde los Valles Calchaquíes y el Valle de Lerma, en Salta

Molino Cerrillos es una empresa con más de 10 años en el mercado que apostó a la exportación para hacer de su negocio un modelo rentable. Está dedicada a la fabricación, molienda y comercialización de especias, aromáticas, frutas secas, semillas y legumbres. Comenzaron a trabajar a comienzos de 2007 y actualmente abastecen a las principales especieras, frigoríficos e industrias del país, con una marca en el segmento de las especias premium. Fernando Dávalos y su mujer, Guadalupe Saravia, son los socios detrás de Molino Cerrillos. “Comenzamos en 2007 de forma muy artesanal”, cuenta Dávalos. Más tarde, “una vez que definimos el producto, elegimos el lugar y armamos una fábrica chica”, recuerda. Su producción se ubica en Los Valles Calchaquíes y en El Valle de Lerma en Salta. “No nos parecía que los productos del exterior fueran mejores y es así como nació la idea de producir especias y condimentos con materia prima argentina y que fueran de excelencia. Para una mejor conservación, hicimos un packaging donde no traspase la luz, y así evitar que el producto se deteriore”, comenta. “Nuestra idea original fue abastecer a granel a diferentes industrias, frigoríficos, especieras, entre otros. Siempre con un valor agregado diferencial, sin usar aditivos ni conservantes artificiales, libres de gluten y con certificación orgánico en el anís y en el romero”, continúa. “Comenzamos con un porfolio de cuatro productos: anís, chía, perejil y pimentón. Con el tiempo y la experiencia fuimos agregando más productos. Hoy tenemos 21 productos desarrollados, y con gran orgullo”, añade. Su foco en la calidad no se limita al proceso industrial ni al empaquetado, sino que también incluye a la materia prima. La empresa tiene su plantación propia de especias y legumbres, donde cosechan 395 toneladas al año de ají, 110 toneladas de pimentón y 50 toneladas de anís, entre otras. A la hora de planear la comercialización en el exterior, Dávalos explica que querían dar el salto para que sus productos se conozcan en el exterior. “Estábamos muy convencidos de nuestra calidad y del tipo de producto que hacíamos.

Eso nos dio mucha seguridad para empezar a intentar salir a mercados externos junto a una fuerte inversión en maquinaria”, reflexiona. Actualmente, existen diferentes problemas en la industria. “Uno de ellos es que estamos exportando poco ya que tenemos un dólar débil o poco competitivo”, dice. Y el otro inconveniente son los productos adulterados y la falta de control de los organismos, como el Senasa. Dávalos reconoce que el volumen de sus exportaciones está creciendo en términos de facturación. Destaca el valor de sus exportaciones durante 2021 y 2022, que fueron a países como Estados Unidos, Uruguay, Paraguay y Guatemala. Quiere duplicarlas para 2023. “Siempre hemos crecido año tras año, y hemos tenido muy buena aceptación, por lo cual estimo seguir creciendo. Somos optimistas”, asegura.



LABORATORIOS

Biogénesis Bagó exportó el primer lote de vacunas contra la aftosa a Indonesia

El laboratorio Biogénesis Bagó realizó la exportación del primer lote de vacunas contra la fiebre aftosa a Indonesia. Entre agosto y septiembre, exportará varios millones de dosis de Aftogen Oleo. El envío de las vacunas se hará en asociación con la empresa PT. Elanco Animal Health Indonesia, con oficinas en Jakarta y estructura para garantizar cadena de frío, soporte técnico local y gestión comercial, fundamentales en un contexto de emergencia. El país asiático, uno de los 20 más importantes del mundo en cantidad de animales de producción, sufre un brote de esta enfermedad que afecta gravemente la salud y la productividad en bovinos, cabras, ovejas y cerdos. Biogénesis Bagó lleva comercializadas más de 3.000 millones de dosis de vacuna antiaftosa y desde hace más de 20 años la compañía cuenta con un banco de antígenos y/o vacunas para Estados Unidos, Canadá, Taiwán, Corea del Sur y Argentina.



SUPERMERCADOS Y CENTROS DE COMPRAS

Con más sucursales, Mostaza avanza en su plan de expansión

Mostaza, una de las cadenas líderes de fast food de Argentina, inauguró 10 nuevas sucursales en distintos puntos del país en lo que va de 2022. Con más de 30 locales en obra, la empresa proyecta profundizar su plan de expansión en el interior con nuevas aperturas para el periodo 2022-2023. El principal foco de la empresa es la expansión a nivel nacional, apuntando a posicionarse como líder en la categoría de fast food a través de un formato de franquicias que combina rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad del negocio a largo plazo. Esta progresión se ve fuertemente impulsada por su modelo de negocio: Mostaza All In One, que engloba en un mismo formato los servicios de delivery, take away, consumo outdoor e indoor, compra por APP, terminales de autogestión para pedidos sin contacto y, siguiendo las tendencias de consumo, AutoMostaza, que experimentó un incremento en su tráfico de un 30% respecto del año anterior y que ya representa el 12% de la facturación de la cadena. Adaptándose a los nuevos hábitos de consumo, el formato Drive Thru crece a pasos agigantados en la compañía, que ya inauguró 3 nuevos locales bajo esta modalidad. Mostaza All In One ya se puede disfrutar ahora también en San Rafael, Mendoza, con el quinto local de la cadena en la provincia- así como también en las localidades bonaerenses de San Martín y Olavarría. El interior fue el protagonista: Rosario recibió 2 nuevos locales, uno a la vía pública y otro en el Shopping Portal Rosario. También abrió sus puertas el quinto local de Mostaza en Salta, con una muy esperada apertura en Orán, y se inauguró el segundo local de la firma en Comodoro Rivadavia, consolidando su posicionamiento en la Patagonia. La apertura de la sucursal de Aeroparque, sumada a las de Unicenter -con un nuevo local de 140 m2- y otro en el barrio porteño de Villa Crespo, hacen que la presencia de la marca se refuerce en el interior del país y también en el AMBA, tanto en vía pública como en los principales shoppings del país.

“Seguimos avanzando a paso firme con nuestro plan de expansión, llegando a cada vez más ciudades, con el compromiso de ofrecer lo mejor a nuestros clientes, creando empleo formal, joven, y generando posibilidades de crecimiento y desarrollo para cada comunidad”, señaló Christian Galdeano, CEO de Mostaza. “Nuestro modelo de negocios nos permite ofrecer opciones más flexibles, actuales y de alto rendimiento en el corto plazo, lo que nos pone en una posición de fortaleza y nos acerca cada vez más a nuestro objetivo de liderar el mercado argentino del fast food”, aseguró. Respecto a sus próximos pasos, la cadena abrirá al menos 20 sucursales más este 2022. El crecimiento de la compañía va acompañado de sus constantes innovaciones y ahora también de una renovada imagen de marca. La M Mayúscula, protagonista del rediseño y de su claim “hamburguesas con M Mayúscula”, se puede ver representada en el nuevo logo de la compañía y hace referencia no solo a su propuesta de valor, sino también a su visión de crecimiento.

Supermercados DIA planea invertir US\$ 110 millones para expandir su enorme plan de franquicias

El CEO de Grupo DIA, Martín Tolcachir, aseguró que en estos momentos supermercados DIA tiene 935 tiendas en todo el país y que la renovación de la mayoría de ellas es un gran desafío por venir, así como la apertura de nuevas sucursales. De hecho remarcó que la marca es la número uno en ventas en la Ciudad de Buenos Aires. Grupo DIA está presente en 4 países: España, Argentina, Portugal y Brasil. De hecho Argentina es el segundo país en lo que se refiere a expansión del negocio. El 70% del parque local corresponden a franquicias. Y esperan invertir US\$ 110 millones para continuar con las aperturas de nuevos locales de Supermercados DIA. Para acceder a una franquicia se requieren \$ 4,5 millones y una garantía hipotecaria propia o de terceros. Según aseguran, el retorno de la inversión sucede en menos de 2 años. Cada franquiciado no puede tener más de 5 locales a la vez y cada local tiene entre 8 y 12 empleados. En estos primeros 6 meses de 2022 se abrieron 33 locales, y para el resto del año se esperan entre 100 y 120. El otro punto de los ejes planteados, la renovación, es un área de trabajo central que se viene desarrollando desde 2020. En el primer semestre 365 tiendas fueron mejoradas y para terminar 2022 serán 420. “La renovación consiste en traer los productos frescos para adelante, que haya más surtido, e implementar el click and collect”, dijo. De hecho, aseguró que una vez que la tienda es modificada hay entre un 20

a 30% más de volumen que se traduce en clientes nuevos. El click and collect es otro desafío para Grupo DIA. Consiste en expandir las ventas online en las cuales el cliente retira la compra en la sucursal. En estos momentos esta modalidad es el 2% de las ventas totales. También existe el sistema de delivery express en el cual en 1 hora llega el pedido realizado al domicilio. En cuanto a la marca propia, DIA posee 1000 productos y según confirmó su CEO últimamente se enfocaron en las soluciones "listas para comer". Al respecto amplió que trabajan con ellos 200 pymes que elaboran los productos. De las ventas totales, el 30% es de su propia marca frente al 12% del resto de las marcas de otros supermercados. "Nuestra misión es conservar los precios bajos en el barrio", dijo y por ello apuestan a las tiendas de entre 250 y 350 m². DIA busca estar cerca con tiendas pequeñas pese a que la compañía aún conserva 85 locales maxi DIA. "La época de los hipermercados terminó", dijo. Otro punto interesante es el Club DIA que otorga importantes descuentos. La tarjeta tiene 3 millones de afiliados y la aplicación 800 mil.

El shopping OH!! Buenos Aires de Recoleta alquiló el 35% de su espacio

Desde el grupo Hatzlaja, propietario de OH! La Barra, aseguran que la apertura será antes de fin de 2023. El 30 de agosto presentarán oficialmente el shopping en Argentina. Las tareas de demolición del estacionamiento del subsuelo están casi terminadas, toda esa zona se convertirá en un espacio de entretenimiento, retail y gastronomía. El grupo que obtuvo la concesión del mall es el mismo que tiene el estacionamiento bajo la plaza situada frente a la Iglesia del Pilar y La Biela. Toda la obra está a cargo del estudio de arquitectura BMA Arquitectos & Asociados. El predio tiene un total de 21.000 m² y se estima que los comercios ocuparán poco menos de un tercio. El plan inicial es que tenga un 70% de gastronomía y espacios recreativos y entretenimiento y un 30% de locales comerciales. En principio, no contará con cines ni espacios de co working. "No será más de lo mismo, tendrá un concepto diferente", señalaron. Marcelo Porcel, inversor mayoritario, señaló: "A pesar de toda la situación que atraviesa el país, nosotros pensamos e invertimos a largo plazo. Vemos la parte positiva del país, creemos en el proyecto y seguimos adelante con las obras para tenerlo listo antes del cronograma planeado. Lo primero que vamos a abrir es la terraza gastronómica. Vemos que hubo y hay una gran reactivación en casi todos los rubros y apostamos a OH! Buenos Aires". Los concesionarios de OH! Buenos Aires contaron: "Tenemos el 35% de los locales alquilados. El shopping va a tener

marcas internacionales. Estamos negociando con marcas que están en nuestro shopping de Punta del Este, si no vienen en forma directa, hay una posibilidad que nosotros seamos los operadores y que la operación sea conjunta". Confirmaron que están en charlas con Karl Lagerfeld, Roberto Cavalli, Harmont & Blaine, La Perla y Vilebrequin, entre otras. Al tirar abajo el estacionamiento subterráneo, el nuevo centro comercial contará con 3 niveles. La cuarta planta es la que pertenece al Centro Cultural Recoleta pero la novedad es que se podrá ingresar desde allí al mall. "La inversión total de la obra ronda los \$ 2.000 millones. Entendiendo la situación del país, decidimos ofrecer los alquileres en pesos, con contratos entre 2 y 3 años", señaló Porcel. El shopping contará con 4 patios de 80 m² cada uno. A diferencia del Buenos Aires Design que contaba con muy poca luz, este nuevo centro comercial tendrá mucha luz natural que entrará por los patios. "No somos un shopping de la década del 80, no estamos emparchando, estamos en otro siglo. Hacemos una obra de cero y moderna, es un proyecto para el futuro", señaló el socio mayoritario.



TURISMO

Prestigiosa cadena internacional abrió su cuarto hotel en Argentina

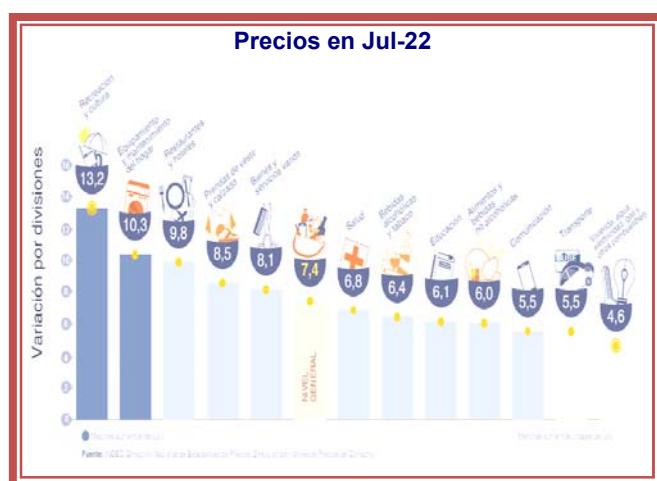
La cadena hotelera Days Inn abrió su cuarto hotel en Argentina en el Parque Termal de Dolores. Perteneciente a Wyndham Hotel & Resorts, la franquicia fue otorgada por Grupo Hotelero Albamonte. Se trata del cuarto hotel de la cadena en el país. El primer hotel Days Inn llegó a La Plata en 2018, en 2021 se abrió el segundo en Zárate y el tercero en el barrio porteño de Devoto. Para 2023, la cadena planifica abrir 3 hoteles más. Las próximas aperturas de Days Inn en el país serán en Puerto San Martín, provincia de Santa Fe; Alto La Viña en Catamarca y el grupo Río Uruguay Seguros avanzará con la franquicia de Concepción del Uruguay en Entre Ríos. Favio Uravich, gerente general del flamante Days Inn señaló: "Tenemos 60 habitaciones equipadas con tv smart, aire acondicionado frío calor, caja de seguridad,

frigo bar y batas. Ofreceremos servicio de desayuno buffet, roomservice, media pensión, piscinas inn/out termales agua dulce y salada, sauna seco, sala de masajes, salón de eventos y convenciones, estacionamiento y wifi en todo el hotel. Pensando en los niños tendremos un salón de juego y un amplio parque con distintas atracciones. Para los mayores también ofreceremos gimnasio, rooftop bar, terraza con mantas y capas de abrigo para disfrutar un atardecer único o apreciar noches mágicas a la luz de la luna y fogoneros. A la hora de almorzar o cenar dispondremos del Restaurante Romeo y Julieta a la carta y el Restaurante Dolores (en honor a la ciudad) con sistema fastfood". Alberto Albamonte, CEO del Grupo Albamonte Hoteles, contó que si bien tenía la master franquicia de la marca Days Inn ahora es socio estratégico de la compañía Wyndham Hotel & Resorts que posee 9.300 hoteles en todo el mundo: "Puedo usar cualquiera de las 21 marcas de la cadena y abrir hoteles en cualquier parte del mundo. Pero, por ahora me interesa desarrollar en Argentina las marcas Howard Johnson y Days Inn". El mismo grupo hotelero internacional tiene en la Argentina la cadena Howard Johnson que llegó al país en 1999 y ya tienen 42 hoteles abiertos y 23 hoteles en construcción. Se espera que la próxima inauguración sea el Howard Johnson Rosario. Sobre las aperturas y franquicias otorgadas, Albamonte señaló: "No sólo tenemos muchos hoteles en construcción, sino que además, tenemos 14 hoteles que se amplían para ofrecer más servicios y habitaciones".

EL NÚMERO DE LA SEMANA

7,4%

Tras el incremento de la incertidumbre y el cierre del acceso al MULC de importadores los precios saltaron en julio, tomando la mayor variación mensual desde hace 20 años. El aumento estuvo liderado por precios de productos importados y relacionados con el esparcimiento.



EL CONCEPTO ECONÓMICO

BIENES COMPLEMENTARIOS

La inflación dual es aquella alza generalizada de precios que incide más en los bienes no comerciables. Esto, por encima del alza de los bienes de consumo en el mercado.

Es decir, la inflación dual se produce por un alza en el precio de productos que no son destinados para el consumo final. Nos referimos, por ejemplo, a la energía o combustibles. Dicho repunte en el precio puede deberse, entre otros posibles factores, a una menor eficiencia en los procesos productivos, por lo que cae la oferta.

Cabe señalar que la inflación es un incremento del índice de precios al consumo (IPC) en un espacio geográfico. Esto, dentro de un determinado periodo de tiempo.

En ese sentido, cabe señalar que un alza en el precio bienes no comerciables puede terminar trasladándose a una subida en los bienes de consumo. Esto, porque aumenta el coste de producción. Por ejemplo, si aumenta la cotización de petróleo, se elevarán, en general, el coste de los procesos industriales.

FUENTES DE INFORMACIÓN:

Diario Ámbito Financiero, Buenos Aires Económico (BAE), Buenos Aires Herald, Clarín, El Cronista, La Nación, La Prensa, Página/12, Revista *Informe industrial*, Oficinas estatales y organismos públicos, Otras fuentes privadas. **Nota:** Todos los derechos están reservados. Queda prohibida su reproducción total o parcial, en cualquier idioma o formato, sin previa autorización por escrito del editor.