



### ÍNDICE POR SECTOR

- 03. Alimentos
- 05. Art. del Hogar
- 07. Construcción
- 09. Energía
- 13. Media
- 14. Pesca
- 15. Servicios Informáticos
- 16. Supermercados
- 17. Sustancias Químicas
- 17. Textil e Indumentaria
- 18. Turismo
- 20. Última Página

### EMPRESAS MENCIONADAS

- 08. Arinco
- 11. Crown Point Energía
- 06. Etercor-Solnik
- 09. GCDI
- 10. Greenwind
- 04. Grupo Arcor
- 15. Grupo Bimbo
- 13. Grupo Clarín
- 14. Grupo Newsan
- 08. IRSA
- 03. Lácteos Vidal
- 07. Loma Negra
- 07. Mudafy
- 06. Novatech
- 15. Osana
- 10. Pampa Energía
- 05. Pasticcino
- 18. Perramus
- 11. Petrolera Aconcagua Energía
- 07. Pulppo
- 17. Santista Argentina
- 17. Shaanxi Coal Group
- 10. Tecpetrol
- 12. TGN
- 11. Transener
- 07. Wbuild
- 06. Xiaomi
- 16. Yaya Soft
- 09. Y-TEC



## 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. 1053**  
**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](mailto:info@iesonline.ar); [info@gruposies.com.ar](mailto:info@gruposies.com.ar) / [www.iesonline.ar](http://www.iesonline.ar)



## ALIMENTOS

### Las exportaciones de lácteos alcanzaron el mayor valor en 8 años

Las exportaciones de productos lácteos viven un buen momento por la mejora de los precios internacionales. En el primer semestre de 2022, de acuerdo a los datos brindados por la Bolsa de Comercio de Rosario (BCR), alcanzó en valor los US\$ 646,01 millones. Es el valor más alto desde 2014, cuando entraron US\$ 697,08 millones. Según el relevamiento, contra igual período de 2021 hubo una mejora del 36,9%. Las ventas al exterior en valor vienen creciendo desde 2019. En el primer semestre de ese año fueron de US\$ 296,85 millones, luego US\$ 383,93 millones en el primer semestre de 2020, US\$ 471,22 millones en el primer semestre de 2021 y, finalmente, US\$ 697,08 millones en los 6 primeros meses de 2022. Versus 2019 hay un salto de US\$ 349 millones. De acuerdo a la BCR, el crecimiento se dio por “el incremento en los precios internacionales de la leche en polvo, que han marcado récord este 2022” y por las “mayores toneladas exportadas”. Según la FAO, los precios subieron debido a “la fuerte demanda de importaciones, la persistente escasez de la oferta mundial y los bajos niveles de existencias”. A modo de ejemplo, en marzo los precios de la leche en polvo se ubicaron en US\$ 4757 la tonelada. Fue de US\$ 3800 en la segunda semana de julio y el valor “se mantendría en las proyecciones de los próximos meses”. No obstante, la entidad advirtió que para el sector argentino, en su conjunto, “los costos locales de producción aumentaron a un ritmo fuerte este semestre, principalmente por la tendencia alcista de las commodities internacionales en los últimos meses”. “En el plano internacional, los insumos, como los fertilizantes para las pasturas, venían en niveles altos y se terminaron de disparar tras la invasión de Rusia a Ucrania. Los menores embarques también impactaron en los precios y sumaron otro efecto negativo sobre los costos de producción. Además, los efectos de la sequía de principios de 2022 condicionaron las reservas de maíz, haciendo encarecer aún más los gastos del productor”, expresó. En rigor, en términos de ingresos, explicaron, el valor del litro de leche

correspondiente a junio mejoró en torno al 5%, igualando el incremento de mayo. En valores absolutos, aumentó de \$ 45,52 a \$ 47,81 y mostró una variación interanual de 52,6%. La entidad rosarina concluyó: “Si comparamos las cantidades exportadas en los últimos 3 años con los índices de los precios de cada complejo para el mismo período, vemos cómo la mayor producción de los sectores se condice con un aumento fuertemente alcista en los índices de los alimentos. En el primer semestre de 2022, según datos de FAO, el índice de los alimentos reflejó un abultado aumento en el precio de todos los complejos, destacándose los aceites, los cuales tocaron máximos nunca antes vistos, en parte por los conflictos geopolíticos suscitados en la región del Mar Negro, como así también por el volátil mercado del petróleo y las reconfiguraciones de las demandas por biodiésel y la alimentación de ganado. Si observamos el índice de precios de los productos lácteos, éstos han mantenido una firme escalada desde junio de 2019 que se muestra menos alcista en el último bimestre de 2022 ya que existen preocupaciones en torno a los escenarios recesivos tanto en Estados Unidos como en Europa, lo que podría incidir negativamente en los precios de todos los alimentos”.

### Lácteos Vidal: pierden \$ 33 millones por día

Desde mediados de julio que el pueblo de Moctezuma, en el partido bonaerense de Carlos Casares, se mantiene en vilo por el conflicto entre la Asociación de Trabajadores de la Industria Lechera de la República Argentina (Atilra) y Lácteos Vidal, la empresa más importante de esta localidad de 450 habitantes. El sindicato viene bloqueando el ingreso a la planta de trabajadores y camiones con leche. La disputa se habría iniciado por un planteo de recategorizaciones. Mientras tanto, las pérdidas se acrecientan para la pyme. Son más de \$ 33 millones diarios que pierde, según dijeron. Se redirecciona el destino de los camiones cisterna hacia industrias que pueden recibir la materia prima. Para Arturo Díaz, director técnico y apoderado de la empresa, “el problema está en que, si bien esas fábricas hacen un esfuerzo, colaboran y reciben la leche, no se sabe cuándo se va a pagar [por la remisión de la materia prima]”. “En los 27 años que llevo trabajando la empresa nunca se atrasó un día en el pago de la leche a los tambos y ni en los sueldos. No se dan cuenta el daño que hacen. Me desespera tener que juntar la plata para pagar la leche”, dijo. “Quiero empezar a procesar mercadería para poder venderla, si no nos vamos a fundir. No puedo seguir extendiendo esta agonía, necesito generar mercadería y cobrarla. Voy a trabajar, aunque sea la mitad de volumen y con 8, 10 o 15 empleados que se

animen a venir a trabajar a pesar de las amenazas del gremio. La fábrica tiene que ponerse en marcha”, añadió. La dueña de la pyme, Alejandra Bada Vázquez, dijo que se reunieron con Heber Ríos, secretario gremial del Consejo Directivo Nacional de Atilra, para tratar de destrabar el conflicto. Fuentes cercanas a la Asociación de Pequeñas y Medianas Empresas Lácteas (Apymel), de la que Lácteos Vidal está asociada, dijeron que “el problema es que el gremio negocia con presión y no se puede negociar con la presión de un piquete”. En Atilra remarcaron “hasta el cansancio que la fábrica Lácteos Vidal nunca fue bloqueada”. Heber Ríos, secretario gremial del Consejo Directivo Nacional de Atilra, dijo que “siguen ingresando camiones con leche a la planta de producción... nadie les impide el paso”.

---

### Los planes del mayor fabricante local de golosinas para mejorar las ventas

Grupo Arcor continuará con sus planes de inversión y expansión gracias a los resultados que logró durante el primer semestre de 2022, con ventas superiores a los \$ 224.000 millones y un resultado final positivo de \$ 19.935,5 millones contra los \$ 14.438 millones que había ganado en el mismo período de 2021. A partir de estas cifras y teniendo en cuenta las perspectivas internacional, nacional y regional, las acciones del mayor fabricante de golosinas del mundo estarán focalizadas en una agenda de objetivos que incluye: ser una empresa de alimentos y golosinas líder en Latinoamérica y reconocida en el mercado internacional; tener mayor capacidad para generar nuevos negocios y proyectos de asociación estratégica. Grupo Arcor continuará aplicando la misma estrategia que ha venido utilizando y que se focaliza en los principales negocios como son los de packaging; agronegocios y en especial, alimentos de consumo masivo (Golosinas, Chocolates, Helados, Galletas, Alimentos y Productos Funcionales). En una carta enviada a la Comisión Nacional de Valores (CNV), para informar sobre los resultados financieros del primer semestre de 2022, asegura estar preparada para enfrentar el dinamismo que tendrán todas las categorías en un posible escenario de recuperación de la actividad económica: "Para 2022, proyectamos un crecimiento del volumen en algunos segmentos de consumo masivo, volviendo a niveles prepandemia". Además, otro pilar de su plan de estabilización "estará focalizado en priorizar la liquidez y una sana estructura de financiamiento para asegurar el cumplimiento de nuestras obligaciones y compromisos, como también la adecuada gestión del capital de trabajo y la contención de los gastos fijos, a efectos de poder obtener los fondos requeridos para

llevar a cabo las operaciones y proyectos de inversión". Al finalizar el primer semestre de 2022, Arcor cierra el período con ventas consolidadas de \$ 224.656,8 millones que, en comparación con el mismo período de 2021, representa un aumento de 14,4% en pesos, crecimiento que fue traccionado principalmente por la recuperación de los volúmenes de sus negocios en el exterior, que representaron el 31,0% de las ventas totales. En cuanto a la performance general de sus actividades, llegó a los \$ 18.638,3 millones, que representa un 8,3% sobre las ventas totales, mientras que, en igual período de 2021 el resultado operativo significó un 9,1%. "Esta disminución en los márgenes fue principalmente ocasionada por el incremento de la estructura de costos y gastos consolidados", explican. A partir de estos datos y del deterioro de los márgenes operativos, el resultado final de sus negocios se ha visto muy favorecido por una reducción del cargo en los gastos financieros, generada principalmente por la apreciación en términos reales del peso: "La aceleración de la inflación por sobre la devaluación de la moneda, ocasiona en los estados financieros el reconocimiento de una ganancia por diferencia de cambio y resultado por posición monetaria neta". Sin embargo, sus ejecutivos advierten que cualquier modificación en las principales variables macroeconómicas del país, como la inflación y los tipos de cambio "debe ser considerado al momento de analizar el resultado". En su balance, Arcor aclara que opera en un contexto económico complejo, cuyas principales variables han tenido una fuerte volatilidad, tanto en el ámbito nacional como internacional. Recuerda el impacto de la pandemia y las medidas de restricciones sanitarias dispuestas que tuvieron un impacto negativo en sus operaciones, así como la suba de los precios de los commodities y el incremento de la inflación por ser una empresa productora y de comercialización de alimentos de consumo masivo y de insumos claves para otras industrias esenciales. A esto le suma la invasión rusa a Ucrania y las medidas impuestas en el país por el Gobierno "que afectaron el contexto económico como, por ejemplo, control de precios y ciertas restricciones cambiarias, entre las que se incluyen la obligación de obtener autorización previa del BCRA para acceder al Mercado Único y Libre de Cambios (MULC)". Para Arcor, la actual administración nacional del presidente Alberto Fernández enfrenta varios desafíos en materia macroeconómica como, entre otros, reducir la tasa de inflación, alcanzar superávit comercial y fiscal; acumular reservas; contener el tipo de cambio; refinanciar la deuda con los acreedores privados (principalmente, con el Club de París) y mejorar la competitividad de la industria local a partir de las distintas variables que la afectan.

## Pasticcino provee como Starbucks y Juan Valdez

En 2008, Gonzalo Perrin, creó Pasticcino, empresa que tiene con su padre y un amigo, y que se hizo fuerte en el rubro de las galletitas para el café. También hace cookies, galletas con limón, alfajores y waffles, entre otras categorías. En 2008 empezó a trabajar con el horno de su casa haciendo las primeras pruebas y recién 1 año después pudo comenzar a venderle a Café Martínez, cuando estuvo lista la fábrica que pusieron en O'Higgins, provincia de Buenos Aires. "Pasaron 2 o 3 años de vender galletitas de café a redes de cafeterías y fabricantes de café y nos dimos cuenta que podíamos sumar productos. Después conocí a una persona que conocía al CEO de Starbucks y tuvimos una reunión en 2015. Introdujimos en principio 2 categorías y hoy ya les vendemos 6. En el caso de YPF, pasó lo mismo: llegamos a ellos a través de distribuidores o empresas. El mercado te hace transitar por un embudo", continuó. Hoy, entre sus clientes cuentan también a Nucha, Tostado, Juan Valdez, The Coffee Store, Lucciano's, Le Pain Quotidien y Cabrales, entre otros. En cuanto a los productos, agregaron a su portfolio alfajores, cantuccinis de almendras y stroopwaffles (una galleta circular de tipo waffle, o gofre, de los Países Bajos). Según el CEO de la compañía, debido al Covid-19, tuvo que cerrar una segunda planta que había abierto en San Pablo, Brasil, y en un momento tuvo parada la fábrica de O'Higgins por 100 días. "En pandemia éramos 19 personas trabajando y hoy somos 30. Finalmente, crecimos, pero tenemos créditos que pagar de esa época que, como tenemos una buena cantidad de ventas, se cumplen sin problemas", confió. Pero no todo fueron malas noticias, sino que durante la cuarentena aprovecharon a terminar de adoptar normas de calidad, desarrollaron 2 categorías de productos que no tenían y lanzaron su propia marca. "Cuando todas las empresas cerraron, salimos con nuestra marca y nuestro packaging y hoy vendemos en algunos lugares gourmet. También tenemos una plataforma de venta web y las galletas de manteca se venden en supermercados. Nuestro fuerte es desarrollar productos para cafeterías, pero paralelamente buscamos hacer crecer nuestra marca propia", completó. Actualmente están invirtiendo unos US\$ 300.000 para seguir ampliando la planta y prevén facturar \$ 300 millones en 2022. "Somos líderes en las galletitas para acompañar el café y probablemente cuando cualquiera toma un café consume un producto nuestro. Nuestra premisa es fabricar productos listos para la venta a los que no hay que cocinar ni nada que ayuden a las empresas a aumentar su ticket promedio", cerró.




---

## ART. DEL HOGAR

---

### York invirtió US\$ 300.000 para abrir nuevas oficinas

York, marca de aires acondicionados perteneciente a la multinacional Johnson Controls, inauguró sus nuevas oficinas en la localidad bonaerense de Villa Adelina, en las que invirtió US\$ 300.000, entre remodelación edilicia, compra de equipos para entrenamientos, mobiliarios, sistemas de seguridad y control de accesos, showroom y garaje de cortesía. Las oficinas tienen una amplitud de 500 m2, con capacidad para albergar a 30 empleados. Allí funciona el equipo financiero, el departamento de administración, el área de logística y operaciones, y también el sector de ventas de la empresa. Este nuevo espacio además brindará la posibilidad de que los clientes y los técnicos de la empresa puedan capacitarse para dar servicios de alta calidad en proyectos de equipos DX y Sistema de Refrigerante de Flujo Variable (VRF). La apertura de oficinas forma parte del plan de inversión de US\$ 10 millones, que habían anunciado para Argentina. Incluye la producción de equipos residenciales en Tierra del Fuego y la ampliación de un centro de distribución en Buenos Aires y Zona Franca, para mejorar los procesos de entregas y asegurar el inventario. En Tierra del Fuego, la firma desarrollará junto a un socio estratégico que opera en la zona desde hace varios años nuevos productos destinados al mercado residencial, con tecnología de compresor inverter. Actualmente se producen 15.000 unidades utilizando esta tecnología. Mediante el nuevo plan de inversión, se ampliará la fabricación de otras 25.000 unidades de equipos con compresor fijo. Para llevar a cabo dicho desarrollo, York dispone de 4000 m2 de depósitos para mercadería nacionalizada, 3000 m2 con productos en Zona Franca de Argentina y otro depósito de 2000 m2 en Uruguay, desde donde se atenderán los pedidos de ese país, Argentina y Paraguay. De esta manera, la multinacional Johnson Controls, a la que pertenece York, continúa afianzando su presencia en nuestro país y la región.

---

## La firma de celulares Xiaomi comenzó a producir en Argentina

La empresa china Xiaomi desembarcó en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur para ensamblar de uno de sus principales teléfonos celulares con tecnología de punta, el Redmi Note 11, lo cual es un "gran mensaje de esperanza" para la Argentina, teniendo en cuenta que la inversión del gigante asiático dará lugar a más empleo y tecnología, destacó el gobernador fueguino, Gustavo Melella. Xiaomi arribó al país a través de su distribuidor oficial y único service post venta con garantía oficial en territorio nacional, la firma Etercor-Solnik y, ahora, al producir localmente, contará con los mismos beneficios fiscales de sus competidores, lo que le permitirá salir al mercado con precios competitivos. Etercor-Solnik, integrada por un grupo de empresarios argentinos, señaló en un comunicado que realizó una inversión en infraestructura de más de \$ 600 millones en esta primera etapa, con una proyección de inversión en activos fijos y equipamientos para la producción de más de \$ 1.500 millones adicionales durante los próximos 2 años. Además, se han empleado y capacitado a más de 100 personas en puestos directos e indirectos, con la posibilidad de seguir sumando nuevos empleos a medida que se incorporen productos a la línea de producción existente. La inversión en capital de trabajo está proyectada en más de US\$ 100 millones para los primeros 12 meses. Además, y teniendo en cuenta que la firma asiática ha presentado a nivel mundial desde robótica a distintos elementos que tienen que ver con la vida hogareña tecnificada, se "abre la posibilidad de pensar en más productos a futuro en Tierra del Fuego, y eso es más trabajo, más empleo", enfatizó. Se espera abastecer al mercado local a través de los partners en los canales de venta de productos electrónicos, como también operadores telefónicos, y en forma directa en la Xiaomi Store inaugurada en abril y ubicada en el shopping Abasto e, así como a través de su e-commerce oficial. Actualmente, gracias a la alianza entre Xiaomi y Etercor-Solnik en la Argentina, la marca ya ocupa el tercer lugar en ventas de smartphones, en un mercado altamente concentrado en 2 marcas: Samsung y Motorola. Según la consultora Counterpoint, en el segundo trimestre de 2022 Samsung tuvo el 43,5% de las ventas, seguida por Motorola (19,5%) y Xiaomi (14%). La estrategia del gigante chino se engloba en smartphone x AIoT (Inteligencia Artificial de las Cosas) y busca aprovechar la inteligencia artificial para desarrollar productos innovadores que vayan más allá de la recopilación y almacenamiento de datos, y que sean capaces de analizar situaciones para tomar las mejores decisiones de manera autónoma, con el objetivo de ayudar a las personas a conquistar sus metas de manera

más práctica y amigable, tanto en el trabajo como en el hogar. En el país la marca está presente con smartphones, televisores, aspiradoras robot, monopatines y wearables, como también destornilladores eléctricos, balanzas, cámaras de seguridad y cepillos de dientes, entre otros.

## Catamarca: invierten \$ 15 millones para producir más netbooks

Catamarca sigue siendo una de las provincias que siempre está en el radar de las empresas a la hora de evaluar una inversión. La empresa argentina Novatech, que fabrica y distribuye productos tecnológicos que abastecen a grandes marcas y a diferentes segmentos del mercado de la electrónica, cumplió el primer año de su llegada al parque industrial catamarqueño de El Pantanillo. Su desembarco permitió que la provincia norteña fabrique por primera vez notebooks y la empresa ahora redobla la apuesta, aumenta sus líneas de producción e incorpora 60 trabajadores a su staff. Novatech fue fundada en 2004 y llegó a tener 3 plantas, pero las tuvo que cerrar en 2017 porque no podía competir con la importación. Recién pudo reactivarlas en 2020 y abrió su cuarta planta en Catamarca en 2021. "Veníamos relegados por ser fabricantes y nos costó competir con la importación y con la reventa en los últimos años. Tuvimos que cerrar las fábricas, las fuimos apagando de a poco, pero ahora pudimos reabrir las y sumar la planta de Catamarca", decía su CEO, Pablo Rubio. La firma cuenta con 400 empleados distribuidos entre las 4 plantas productivas que posee en Tierra del Fuego, Catamarca y el Distrito Tecnológico de la Ciudad de Buenos Aires y en 2 modernos centros logísticos desde donde distribuye sus productos a toda Argentina. Tiene, además, puntos de servicios autorizados para brindar soporte técnico y garantía de respaldo en todo el país. En sus plantas industriales desarrolla 9 líneas de producción que elaboran dispositivos y componentes tecnológicos. Entre sus productos se destacan las notebooks, las tablets, los smartphones, los electrodomésticos, los televisores y la electromovilidad, entre otros, tanto de su marca propia Enova como de las tres internacionales que fabrica y comercializa en exclusiva: Skyworth, Konka y Quantum. Rubio señaló: "Estamos muy contentos con este año de trabajo y de desarrollo de nuestra planta en Catamarca. En 1 año se fabricaron más de 70.000 notebooks y más de 100.000 baterías, que fueron entregadas a estudiantes argentinos de todo el territorio a través del programa Conectar Igualdad". Por la alta demanda, Novatech decidió abrir una nueva línea de producción. "Esta nueva línea requirió

una inversión de \$ 15 millones. Con esta incorporación, la planta sumará 60 trabajadores a su staff. Permitirá potenciar nuestra capacidad productiva, generar más oportunidades de trabajo y continuar creciendo con nuestro plan federal de llevar tecnología a innovación a toda Argentina. Esta será nuestra décima línea, ya que poseemos 2 más en Catamarca, 5 en Río Grande y otras 2 en la Ciudad de Buenos Aires", destacó.



## CONSTRUCCION

### Se suman más jugadores digitales al negocio inmobiliario

La inversión en inmuebles ha sido históricamente considerada una reserva de valor segura, que suele ganar atractivo en contextos como el actual, donde tanto el mercado financiero global como local están signados por la incertidumbre. Lo que vino cambiando en los últimos años son los actores de este segmento, de la mano de la transformación digital de los negocios. Actualmente se observa un crecimiento acelerado de las denominadas proptech (empresas que aplican la tecnología para el desarrollo del negocio inmobiliario). Según datos del sector, la inversión en firmas proptech en América latina se quintuplicó entre 2021 y 2022. Y se prevé que los fondos internacionales continúen invirtiendo en el sector. El mercado argentino es un fiel reflejo de este fenómeno. Entre los casos más recientes figuran Wbuild, Pulppo y Mudafy. Wbuild es un proyecto basado en blockchain y la web 3.0 para tokenizar un inmueble y permitir inversiones a partir de 1 m2 en propiedades de EE.UU. y el mundo. Fue ideado por un grupo de 17 emprendedores latinoamericanos de Colombia, Chile, Argentina y Bolivia. Ofrece un proyecto durante un tiempo acotado -1 mes, por ejemplo- y si el crowdfunding alcanza el total del cupo disponible, éste se vende. La propuesta es que se puedan invertir distintos montos -desde los US\$ 50-, en diferentes propiedades en distintas partes del mundo, comenzando en la primera etapa con inmuebles en Estados Unidos. Pulppo viene de desarrollar su experiencia en México donde ofrece

servicios a los principales brokers inmobiliarios. Fue creada por los argentinos Matías Gath y Agustín Iglesias. "No competimos con los agentes inmobiliarios sino que nos aliamos con ellos, para que hagan lo que mejor saben hacer que es vender y liberarlos del resto de las tareas que no representan el corazón de su actividad. Somos un centro de alto rendimiento para brokers inmobiliarios, a los que les damos los recursos para que ese agente sea más profesional a la hora de encontrarse con un cliente en un mercado muy competitivo", explicó Gath, CEO de Pulppo. La proptech ya levantó US\$ 3,7 millones en una ronda de inversión para afianzar su modelo de negocio. "Nuestra idea es expandirnos y en el 2023 crecer al menos a otros 2 o 3 países con potencialidad. Argentina es muy interesante pero también hay oportunidades muy buenas en Chile, Uruguay, Perú, Colombia y Panamá", añadió. En tanto, la proptech argentina Mudafy -que cerró un financiamiento Serie A por US\$ 10 millones liderado por Founders Fund- logró ampliar sus operaciones en 2020 a México. Con su propuesta de marketplace end-to-end se convirtió en una de las plataformas tecnológicas inmobiliarias más grandes de la región. En 2021, vendió propiedades por más de US\$ 100 millones y mantuvo un crecimiento sostenido de 20% mes a mes. Ahora el portal inmobiliario con asesoría personalizada anunció que invertirá el capital obtenido en la ronda de inversión para generar alrededor de US\$ 500 millones anualizadas, cifra a la que prevé llegar hacia fines de 2022.

### Loma Negra con superganancias

La cementera Loma Negra tuvo superganancias durante el primer semestre de 2022: su beneficio neto fue de \$ 6.090 millones, contra \$ 2.597 millones de igual semestre de 2021. Esto equivale a una mejora de 134,5% explicado principalmente por un mejor resultado operativo y una menor carga impositiva, según explicó la compañía en un informe que acompañó la presentación de sus resultados del segundo trimestre ante la Comisión Nacional de Valores. De esta forma, Loma Negra quedó en condiciones de realizar en el trimestre un pago de dividendos por \$ 5.150 millones, equivalente a \$ 8,80 por acción en circulación (\$ 43,99 por ADR). Expresada en dólares la ganancia neta fue de US\$ 112 millones en 2022 contra el mismo semestre de 2021 cuando fue de US\$ 86 millones, con una suba de 30,1%. Sobre los resultados financieros y operacionales del segundo trimestre de 2022, Sergio Faifman, CEO de Loma Negra, señaló: "Nos complace presentar otro trimestre con excelentes resultados, fundamentados principalmente por nuestro negocio de cemento. El sólido momento que está atravesando la demanda hizo que éste sea el mejor

segundo trimestre de la historia para el mercado de cemento, marcando un máximo también para los primeros 6 meses de 2022. Encaminándose este año a marcar un nuevo récord histórico de despacho". "Loma mantiene su foco en los resultados, lo que nos ha permitido lograr altos estándares de rentabilidad, consiguiendo un EBITDA récord de US\$ 63 millones para un segundo trimestre, alcanzando US\$ 36,5 por tonelada", añadió. Respecto del pago de dividendos, Faifman señaló: "Luego de haber terminado la segunda línea de Planta L'Amalí, y como forma de alocar nuestra generación de caja, nos propusimos retomar el pago de dividendos, buscando maximizar el valor para los accionistas. Tal es así que, al pago de dividendos realizado en abril, le sumamos en junio un segundo pago de dividendos por US\$ 81 millones, apalancados en el sólido balance de la Compañía, totalizando US\$ 126 millones para el año". Los volúmenes de venta de cemento, albañilería y cal aumentaron un 19,3% a 1,7 millones de toneladas, apalancado principalmente por el crecimiento en el cemento a granel. Las ventas de cemento embolsado mantienen su tendencia, sustentada en la fuerte demanda del sector minorista, mientras que el cemento a granel sigue siendo la modalidad de despacho que está mostrando un mayor crecimiento interanual, impulsado por un mayor nivel de actividad en proyectos de infraestructura privados, residenciales e industriales, acompañado por una moderada recuperación en la obra pública a nivel municipal y provincial.

---

### **La hormigonera Arinco invirtió \$ 100 millones para instalar una planta**

La empresa Arinco, una de las elaboradoras de hormigón más grande de la región, invirtió \$ 100 millones para inaugurar una planta de elaboración en Bell Ville, Córdoba. El 75% de las ventas se realiza a industrias, constructoras, desarrollistas y municipios, mientras que el restante 25% es a particulares para el sector de viviendas. Con más de 32 años de trayectoria en la elaboración de hormigón, Arinco cuenta con 2 plantas, una en Villa María y otra en Bell Ville. Esta última se traslada al nuevo predio, ubicado en el kilómetro 500 de la ruta 9 y que tiene un total de 4,5 hectáreas. Del predio, 3.200 m2 corresponden a la nave para depósito y taller, 500 m2 a las oficinas y espacios de servicios (vestuarios, comedor y baños) y 150 m2 a los sectores de operación en estructura modular de contenedores: laboratorio, sala de control, sala de comandos, sala de curado y espacio exterior cubierto. Además de la elaboración de hormigón, Arinco se posiciona fuertemente en la construcción de

obras civiles del sector agroindustrial, como plantas de acopio llave en mano, criaderos de cerdos y tambos. Entre sus clientes se destacan Cargill, la Asociación de Cooperativas Argentinas, Acabio, Aceitera General Deheza, Cofco International, Fondomonte South American, Cotagro y Adecoagro, en la cual se construyó el tambo más grande de América del Sur. Cuenta con 20 camiones hormigoneros y con 2 bombas plumas. Además, la empresa tiene un parque automotor y de máquinas viales, que rondan las 110 unidades, entre ellas motoniveladoras, retroexcavadoras, minicargadoras, tractores y vibrocompactadores. Como recientemente se comenzó a trabajar en pilotaje, sumó una máquina CF6 a la CF3 existente. Lucas Grossi, gerente general de Arinco, señaló: "Nuestro objetivo es establecernos como constructora de proyectos agroindustriales y privados y consolidarnos en la ciudad de Villa María como primer punto de venta de hormigón en volumen".

---

### **IRSA sigue vendiendo pisos de su torre de oficinas en Catalinas**

A pesar de la crisis inmobiliaria y la quietud que generó la disparada del dólar en el mercado de real estate, IRSA continúa vendiendo oficinas de su edificio Della Paolera en Catalinas, impulsando una mejora para el sector. Según informó el holding a la Comisión Nacional de Valores (CNV) la empresa vendió 1 de sus pisos y un total de 8 cocheras por un total de 1184 m2. "El precio de la transacción fue de aproximadamente US\$ 12,6 millones (US\$ 10.600 / m2), los cuales fueron abonados en su totalidad", informó la empresa que comanda Eduardo Elsztain. Luego de esta operación, IRSA conserva sus derechos por 14 pisos del inmueble "con una superficie locativa aproximada de 16.832 m2 además de unidades de cocheras y otros espacios complementarios", remarca el comunicado de la CNV. La vacancia en el mercado de oficinas premium de América latina comienza a estabilizarse, mostrando incrementos moderados luego de un periodo con un comportamiento al alza muy marcado, lo cual muestra una recuperación en el sector. Así lo indican los datos relevados en el informe sobre el mercado de oficinas premium en América del Sur para el primer semestre de 2022 elaborado por el Departamento de Investigación de Cushman & Wakefield. "Buenos Aires cerró el primer semestre de 2022 alcanzando una vacancia de 15,9%, lo que representa un incremento interanual de 20%", resalta el informe. Se tratan de números positivos comparado a los de la región. "En Rio de Janeiro, se registró un 34,3% de vacancia, el nivel más bajo en todo el año, para continuar su recuperación, lo mismo que San Pablo que,

con 22,46%, tocó los niveles más bajos desde fines de 2020", resalta. "Para las empresas hoy hay oportunidades: se consiguen oficinas premium a precios muy accesibles y son muchas compañías las que están aprovechando lo que dejó el Covid", explica Martín Potito, director de la división de oficinas de LJ Ramos. "El precio pedido de alquiler de oficinas clase A en toda la región sudamericana continúa bajando a un ritmo casi constante desde el 2020", resumió Carolina Wundes, coordinadora de Investigación de mercado de Cushman & Wakefield. En ese sentido, Buenos Aires tiene un precio promedio de alquiler más alto con un valor de US\$ 24,2 / m2. Le sigue Santiago que tiene un valor de US\$ 20 / m2 y por último San Pablo sigue con US\$ 19,6 / m2.

### Los planes de la "nueva" TGLT para frenar su crisis financiera

TGLT, la ahora desarrolladora inmobiliaria rebautizada como GCDI y reconvertida en constructora, acumula pérdidas mayores a los \$ 2.000 millones durante lo que va de 2022. De hecho, su situación financiera sigue siendo comprometida, tal como viene ocurriendo en los últimos años, al presentar un capital de trabajo negativo de \$ 659 millones y tener pérdidas acumuladas que superan el 50% del capital más el 100% de las reservas. Se trata de una situación que deberá ser tratada en la próxima reunión de Asamblea de Accionistas de la firma, aunque su directorio considera que los planes de negocios permitirán revertir la situación que viene siendo afectada por pérdidas recurrentes, por la pandemia y por las condiciones económicas vigentes en la Argentina. Si bien este conjunto de problemas podría generar incertidumbre sobre la capacidad de la constructora para continuar como empresa en funcionamiento, sus ejecutivos estiman que el plan de ordenamiento comercial y financiero encarado en los últimos tiempos podrá revertir dicho contexto. Por lo menos así surge del informe enviado por la ex TGLT a la Comisión Nacional de Valores (CNV), referido a los resultados del primer semestre de 2022. En ese documento, se destacan las negociaciones realizadas para reflotar varios de sus proyectos; las renegociaciones por las Obligaciones Negociables (ON) Clase XVI y XVII; las ventas de activos ya realizadas y las que tiene en carpeta, además de la alta probabilidad de éxito de algunos proyectos de obras potenciales. "Todo esto permitirá cancelar ciertos pasivos corrientes y flujos de caja positivos, y junto al financiamiento recibido en Ponte Armelina por US\$ 2,5 millones, el 7 de marzo, mitigan dichas incertidumbres, permitiendo a la sociedad continuar avanzando en el cumplimiento de los planes de negocios esperados para

2022", sostiene el documento. Fundada en 2005 como una desarrolladora inmobiliaria residencial para los segmentos medio-alto y alto, participa y controla todos los aspectos de desarrollo, desde la adquisición de tierras hasta la gestión de la construcción, desde el diseño y concepción del producto hasta su venta y comercialización. Desde octubre de 2010, es una empresa que cotiza en los mercados bursátiles local y de Estados Unidos. En su informe, la empresa asegura que sigue siendo activa "en la búsqueda de apoyo por parte de importantes inversores institucionales tanto nacionales como extranjeros, así como de accionistas estratégicos". También explica que desde junio ha iniciado un nuevo camino de transformación focalizándose en la construcción como esencia del negocio para lo cual se rebautizó como GCDI o Grupo de Construcción, Diseño e Ingeniería. La empresa también debe resolver una serie de reclamos judiciales en su contra presentados en tribunales locales y en el exterior como la acción civil en Nueva York de los fondos Merkin Family Foundation y Tennenbaum Living Trust. Y la acción de amparo respecto a la obra Astor San Telmo.



## ENERGÍA

### Empiezan a producir celdas para baterías

El presidente de Y-TEC, Roberto Salvarezza, afirmó que en diciembre se pondrá en marcha la producción de "celdas" para baterías de litio en Argentina, proyecto desplegado desde YPF que apunta a un desarrollo "desde el salar hasta las baterías". "Estamos avanzando rápidamente con la planta industrial", aseguró Salvarezza. Y remarcó que "la obra civil de la planta industrial está terminada". "En octubre estarán llegando los equipos y en diciembre ya estará la producción industrial de estas celdas para las baterías de litio", completó. Al ser consultado sobre el actual proceso de producción de litio en Argentina, Salvarezza comentó: "Desde hace años, en Y-TEC tenemos una planta piloto que está funcionando y produciendo las celdas con materiales que se generan en nuestro país, el carbonato de litio, con carbono que se puede utilizar de fuentes que

se obtienen en el país". Para ello, "estamos proveyéndonos de carbonato de litio para fabricar las celdas para el año que viene de compañías que están extrayendo carbonato de litio y lo están exportando", agregó. "Pero, a su vez, YPF está desplegando un proyecto, a través de YPF Litio, creada en 2021 por el presidente de la empresa, Pablo González, que se va a dedicar a la extracción en salares y a la producción de carbonato de litio", anticipó. Ese proyecto, según indicó, apunta a una producción completa "desde el salar hasta las baterías", con una "mirada de cuidado del ambiente y articulación social". Asimismo, el funcionario contempló que "YPF extrae gas y petróleo, pero también produce, procesa e industrializa lubricantes, naftas, combustibles en nuestro país", y "lo mismo estamos pensando para el litio", señaló. "YPF estará en el salar extrayendo salmuera, pero a su vez procesándola para llegar al carbonato de litio", proyectó. Por último, Salvarezza se refirió al acuerdo de cooperación científico-tecnológica entre Y-TEC y Yacimientos de Litio Bolivianos (YLB) para la producción de celdas y baterías de ion litio. "Con Bolivia compartimos todos los desafíos de industrializar el litio, tenemos mucho interés en el desarrollo y la tecnología de distintos materiales que se usan en las baterías. También estamos muy interesados en poder llegar a métodos de extracción directa, que evite la pérdida excesiva de agua", recalcó. "El litio tiene una importancia enorme y tenemos una disputa geopolítica por hacerse de este recurso, que lo tiene América latina, que lo tiene el triángulo del litio, y que tenemos que ser jugadores", enfatizó.

---

### **Pampa Energía tomó el control de un activo 'estrella'**

Pampa Energía, compañía que lidera el empresario Marcelo Mindlin, tomó el control del Parque eólico Mario Cebreiro, en una operación enmarcada en la estrategia del grupo de poner foco en sus negocios centrales: aumentar la producción y desarrollo de reservas no convencionales de gas, y continuar adicionando generación eléctrica eficiente a su portafolio. Según informó la firma a la CNV, el Grupo Pampa le compró a Greenwind -su socio- el 50% del capital social y votos de Greenwind (la sociedad que posee como único activo el parque ubicado en Bahía Blanca con una capacidad instalada de 100MW) por US\$ 20,5 millones. Así finalmente, junto al 50% del capital social de Greenwind con el que ya contaba Pampa, el Grupo Pampa controla el 100% de la compañía. El Parque eólico Mario Cebreiro está ubicado sobre la ruta provincial N° 51, a 18 km de la ciudad de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires. Está

constituido por 29 aerogeneradores Vestas V-126, de 3,45 MW de potencia cada una y altura al buje de 87 metros, con un factor de carga neto P50 de aproximadamente 48%. Cuenta con una capacidad instalada de 100 MW y representa el 0,2% de la potencia argentina. Fue habilitada en junio de 2018 y vende su energía a CAMMESA bajo el programa RenovAr. Pampa Energía presentó además los resultados operativos y financieros del segundo trimestre de 2022, donde mostró ventas totales por \$ 55.512 millones, 70% más que en el segundo trimestre de 2021. La compañía comunicó que obtuvo un alza interanual de 38% en la producción de gas, con lo que alcanzó un promedio de 10,1 millones de metros cúbicos por día (m3/día), mientras que el crecimiento nacional fue de 13%. Alcanzó además un récord de producción de 11,2 millones m3/día en junio, gracias a la última ronda del Plan Gas.Ar que sumó 2 millones m3/día desde mayo, además de mayor exportación y demanda industrial.

---

### **Tecpetrol apuesta a crecer en petróleo y solicitó otra área de Vaca Muerta**

El brazo petrolero del Grupo Techint, Tecpetrol, pisa fuerte en Vaca Muerta con su bloque insignia Fortín de Piedra, donde llegaron a un récord impresionante de 20,6 millones m3/día, pero ahora apuestan no solo a elevar aún más esa producción sino a hacerse fuertes en el segmento del petróleo, en donde ya pidieron la concesión de una nueva área no convencional. La apuesta se cifra en el bloque Los Bastos, ubicado en cercanías a Senillosa, bien al sur este de la formación shale, y en donde la firma ya puso en producción el primer pozo con resultados alentadores. "La pata petrolera de Tecpetrol en Neuquén sería el proyecto de Los Bastos en Puesto Parada que esperamos largarlo pronto", aseguró el CEO de la petrolera, Ricardo Markous, a la vez que precisó que "el timing de esa explotación daría para empezar a principios del 2024, en el primer trimestre, junto con la ampliación de Oldelval". "Los pozos realmente han dado muy bien, estamos haciendo 3 pozos más de appraisal y estamos solicitando a la provincia (de Neuquén) la concesión no convencional (Cench) para un desarrollo petrolero que para Tecpetrol sería muy importante porque tenemos Fortín de Piedra pero produce 1000 m3, unos 6000 barriles por día, pero necesitamos un proyecto petrolero", remarcó Markous. Los trabajos de la firma en el bloque que cuenta con los pozos de Vaca Muerta más cercanos a Neuquén capital, se encuentran aún en la etapa de desriskeo pero Markous precisó que aguardan que el gobierno neuquino les entregue la concesión de explotación. En el yacimiento Puesto Parada, del bloque,

el CEO de Tecpetrol explicó que “hicimos el primer pozo que dio muy bien, ahora estamos haciendo los 3 pozos de appraisal, solicitamos la concesión, si se ratifican los resultados del primer pozo que creemos que se van a ratificar con el resultado de los otros pozos tanto hacia el este, el oeste y el centro, vamos a empezar el desarrollo”. Este proceso comenzará con “la perforación de pozos que quedarán como DUCs, sin completar, luego empezamos con la ingeniería de las instalaciones y ya en enero tenemos que largar el proyecto de las instalaciones, porque hay que hacerlo en forma completa”. Los plazos de esta iniciativa, si bien aún es preliminar, dependen del avance de la duplicación de la capacidad de transporte que acaba de lanzar la firma Oleoductos del Valle (Oldelval). “La ampliación de Oldelval es muy importante porque si no, no hay donde colocar la producción, hay que sacarla en camión que es costosísimo, es muy riesgoso, y para una producción alta no se puede”, indicó el CEO. Este no es el único bloque orientado a la producción de petróleo que la compañía tiene en Vaca Muerta pero según, adelantó Markous, sería donde se concentraría la atención de la firma para la extracción de crudo. “Estamos creciendo. En este momento terminamos de fracturar en Los Toldos 2 Este vamos a probarlo y para el segundo semestre del año que viene vamos a hacer algo en Los Toldos 1 Norte”, contó. Sin embargo el eje de los esfuerzos de la petrolera está en Fortín de Piedra, el gran desarrollo masivo que posee la compañía en Vaca Muerta. “Estamos muy contentos con Fortín de Piedra porque en el 2021 habíamos tenido 18 millones m3/día, habíamos anticipado que íbamos a estar en 20 y estuvimos en 20,65 millones m3/día, exprimimos al máximo nuestras instalaciones que son nuestro cuello de botella porque hicimos obras ahí para poder pasar de 18 a 20,6 y en junio, julio y lo que va de agosto mantenemos los 20,6 millones m3/día”, enfatizó. Lejos de relajarse con el mayor bloque productor de gas de Vaca Muerta, que ya representa casi la mitad de la producción de gas que tiene todo Bolivia, anunció que ya buscan alternativa para elevar aún más los rindes: “Estamos viendo algunas posibilidades para el 2023 incluso ampliar en un 10% las instalaciones y de esa manera poder dar un pequeño salto en la producción para contribuir, si hace falta, al llenado de los 11 millones m3 que agrega la primera etapa del gasoducto Néstor Kirchner”. Para esto la estrategia sería sumar instalaciones fijas para ampliar la capacidad de tratamiento para sumar otros 2,4 millones m3 y llegar a una producción diaria de nada menos que 23 millones m3. Este nuevo récord dependerá, “de la necesidad y de la contractualización de los 11 millones para el Néstor Kirchner”.

## **Crown Point compró el 50% de la concesión de Puesto Pozo en Mendoza**

La petrolera canadiense Crown Point Energía compró por US\$ 5 millones el 50% de la concesión hidrocarburífera Puesto Pozo Cercado Oriental, en la provincia de Mendoza a la Petrolera Aconcagua Energía. Crown Point, es una compañía controlada por los accionistas del Grupo ST, de capital nacional. Según informó la empresa en un comunicado, la concesión se extiende hasta agosto de 2043 y se encuentra ubicada en la cuenca Cuyana adyacente al yacimiento de Chañares Herrados que ambas compañías ya explotan en forma conjunta. En junio, Puesto Pozo Cercado Oriental registró una producción promedio de 36,4 m3/día (229 barriles por día) de petróleo crudo proveniente de 14 pozos. “Con esta operación Crown Point continúa su plan de crecimiento, consolida su posición en la Cuenca Cuyana y sigue incrementando su participación en la producción hidrocarburífera en Argentina”, dijo Gabriel Obrador, CEO de Crown Point. En enero de 2021, Crown Point firmó un acuerdo con Centaurus Energy dando lugar a una nueva petrolera combinada integrada en un 60% por Crown Point y en el restante 40% por Centaurus Energy. Crown Point tiene su base en Canadá y está listada en la Bolsa de Toronto, pero solo tiene activos en la Argentina. Hace 7 años, Grupo ST adquirió el 20% del paquete accionario y logró el control de la empresa. De a poco, fue incrementando su participación hasta llegar al casi 60% que posee ahora. Grupo ST es dueño de la aseguradora Orígenes y del banco mayorista ST. Además, participa en el mercado de energías renovables con Energética Argentina y es dueña de la concesionaria de autos Fortecar.

## **Cómo hizo la mayor transportadora de energía del país para salir del rojo**

Transener es la principal transportadora de energía de la Argentina que es controlada por el grupo Pampa Energía, con el 25,5% del capital, y el Estado Nacional, con otro 45,07% que se reparte entre el 25,5% de Integración Energética Argentina (IEASA) y el 19,57% de la Anses. El 25 de febrero, el Ente Nacional Regulador de la Energía (ENRE), comunicó las Resoluciones N° 68/2022 y 69/2022, mediante las cuales estableció un incremento de 25% y 23% respecto a los valores vigentes desde agosto de 2019 para Transener y Transba, respectivamente. Transener, presentó un pedido de vista del expediente, una impugnación preliminar y una serie de recursos de reconsideración que fueron tenidos en cuenta por el ENRE que modificó los valores horarios y

aplicó subas de 67% y 69% para Transener y Transba, respectivamente. Durante los primeros 6 meses de 2022, la empresa consolidó una ganancia neta consolidada de \$ 1.604,4 millones, comparado con una pérdida de \$ 2.242,1 millones del mismo período del ejercicio anterior, debido principalmente a un menor cargo en el impuesto a las Ganancias por el efecto del incremento de alícuota del impuesto en 2021 sobre el impuesto diferido. "Los ajustes tarifarios determinados por el ENRE en mayo de 2022, retroactivos a febrero de 2022 (67% Transener y 69% Transba), han permitido prácticamente recomponer el nivel de los ingresos en moneda constante respecto al año 2021", asegura la compañía en el documento enviado a la CNV para reflejar los resultados financieros del primer semestre de 2022. En cuanto a ventas consolidadas, llegó a \$ 12.314,7 millones que fueron 3,8% inferiores a los \$ 12.796,5 millones del mismo semestre de 2021; mientras que su EBITDA alcanzó los \$ 4.453,8 millones y fue un 9,1% inferior a los \$ 4.900 millones del semestre anterior. La caída se debió principalmente a la disminución de 3,8% en los ingresos por ventas, medidos en moneda constante que entre enero y junio llegaron a \$ 12.314,7 millones contra los \$ 12.796,5 millones del mismo período del ejercicio anterior. Lo mismo ocurrió con los ingresos por ventas reguladas, que fueron \$ 10.860,2 millones, 3,5% inferiores a los \$ 11.258,6 millones del primer semestre de 2021. En cuanto a los ingresos por ventas no reguladas ascendieron a \$ 1.454,5 millones, lo cual representó una baja de 5,4%. En el caso de los costos que debe enfrentar para mantener sus operaciones, se mantuvieron casi estables durante este primer semestre ya que aumentaron sólo un 0,1% al alcanzar los \$ 9.868,2 millones, observándose un aumento de \$ 411,7 millones en costos salariales y una disminución de \$ 397 millones en el resto de los costos operativos. En este contexto, Transener registra un saldo de capital de \$ 694,4 millones de un préstamo para capital de trabajo con el Banco de la Nación Argentina concertado por \$ 1.000 millones en julio de 2021. Se trata de un crédito en pesos, a un plazo de 3 años, una amortización del capital en cuotas mensuales y consecutivas bajo sistema alemán. Para garantizar la devolución de los fondos, el directorio se ha comprometido a no efectuar propuestas a la Asamblea de Accionistas relativas a la desafectación de las reservas para distribución como dividendos a sus accionistas. Del mismo modo, prometió, en caso que existan resultados negativos que afecten a las reservas, no encarar distribución de utilidades hasta que las mismas hayan sido reconstituidas a los niveles actuales. Ahora, el nuevo escenario positivo le permite a Transener mantener la ejecución del plan de inversiones que implica compromisos para la adquisición de bienes de capital por \$ 2.500 millones. Ocurre que, en su carácter de

concesionario de la red de transporte de energía eléctrica en alta tensión, la empresa está a cargo de la supervisión de las ampliaciones de la red.

## **La mayor transportadora de gas del país, beneficiada por la suba de tarifas**

Hasta fines de agosto de 2021, la irrupción de la pandemia; el cepo a las tarifas; la volatilidad de la economía local; la mayor inflación y la suba de costos le habían provocado millonarias pérdidas a Transportadora de Gas del Norte (TGN), la mayor transportadora de gas de la Argentina. Pero eso parece cambiar ya que fue beneficiada por la suba de tarifas. Se trata de la empresa que es responsables del transporte del 40% del gas inyectado en gasoductos troncales que, a su vez, representa el 20% de la matriz energética de todo el país que se inyecta a través de los gasoductos Norte y Centro Oeste. Con una capitalización bursátil de \$ 25.044 millones, actualmente TGN es controlada por el grupo Gasinvest, que posee el 56% del capital y que a su vez es conformado por Tecpetrol, la petrolera de la familia Rocca; y Compañía General de Combustibles (CGC), propiedad de Eduardo Eurnekian. Otro 24% está en manos del fondo Southern Cone Energy y el resto cotiza en la bolsa. El 18 de febrero, TGN celebró con el Ministerio de Economía y el Ente Nacional Regulador del Gas (Enargas) un acuerdo transitorio que estableció un aumento de tarifas de transporte del 60% que comenzó a regir en marzo y que tiene vigencia hasta diciembre. El convenio, que puede ser extendido, no contempla inversiones obligatorias pero establece que la empresa no puede distribuir dividendos, pagar anticipadamente préstamos con accionistas y adquirir empresas u otorgar créditos. Si bien el acuerdo no logró revertir la posición financiera negativa de los balances de la sociedad, le permitió reducir dichas pérdidas que, durante este primer semestre de 2022 alcanzaron los \$ 3.038 millones contra los \$ 8.701 millones que había perdido en igual semestre de 2021. Según el documento enviado por TGN a la CNV para detallar los resultados de su balance semestral, esta reducción se debió principalmente a un menor cargo de impuesto a las Ganancias diferido lo cual se vio parcialmente compensado por un mayor resultado negativo por posición monetaria y menores resultados financieros por variación cambiaria. En cuanto a las ventas del período, ascendieron a \$ 14.727 millones representando un aumento de 2,9% en comparación con el mismo período de 2021 donde habían llegado a los \$ 14.309 millones. "Dicho aumento responde principalmente al incremento tarifario de 60% vigente desde marzo del corriente y mayores volúmenes con

destino exportación lo cual se vio parcialmente compensado por el efecto de la aceleración de la inflación", asegura el informe de TGN. De este modo, el EBITDA llegó a \$ 7.033 millones lo cual representa una reducción de 1% en comparación con similar período de 2021 cuando mostró un EBITDA de \$ 7.103 millones. En este caso, la variación se explica por mayores costos de explotación, parcialmente compensado por el aumento de las ventas. Por su parte, los volúmenes despachados aumentaron en un 5,1% por un mayor servicio de transporte con destino de exportación que se vio parcialmente compensado por una disminución del transporte con destino local. En el documento, TGN advierte que opera en un contexto económico complejo, cuyas variables principales han tenido una fuerte volatilidad. También hace referencia a las medidas anunciadas por el Ministerio de Economía para reducir el déficit fiscal, congelar la dotación de empleados estatales, segmentar eficientemente a los beneficiarios de subsidios energéticos, fortalecer las reservas del BCRA así como lograr el superávit comercial, entre otras. "El contexto de volatilidad e incertidumbre continúa a la fecha de emisión de los presentes estados financieros intermedios condensados" advierte el directorio de TGN que también asegura estar monitoreando la evolución de las variables que afectan el negocio para definir su curso de acción e identificar los potenciales impactos sobre su situación patrimonial y financiera. Más que nada teniendo en cuenta que el 93,8% de los ingresos de la compañía provienen del servicio de transporte de gas (negocio regulado) siendo el 6,2% restante servicios de operación y mantenimiento de gasoductos y otros (negocio no regulado). También si se toman en cuenta los gastos, que en el primer semestre tuvieron un aumento de 3,4% y llegaron a los \$ 13.418 en el caso de los destinados a mantener la explotación del servicio. Los gastos de administración y comercialización alcanzaron los \$ 2.563 millones exhibiendo un incremento de 0,3%. La empresa también evidencia un fuerte nivel de endeudamiento en moneda extranjera a partir de un préstamo tomado en octubre de 2020 con Itaú Unibanco Nassau Branch por US\$ 55 millones con un plazo de 24 meses, intereses semestrales a una tasa: 1,75% anual. De manera adicional, posee endeudamiento en pesos por Obligaciones Negociables (ON) emitidas por \$ 1.500 millones con vencimiento a los 18 meses de su emisión, además de un préstamo con el Banco Macro por \$ 750 millones a un plazo de 18 meses.




---

## MEDIA

---

### Fuerte derrumbe de las ganancias del mayor grupo periodístico argentino

El Grupo Clarín acaba de presentar ante la CNV correspondiente a los primeros 6 meses de 2022. Del documento se desprende que la ganancia total del período fue de \$ 183,6 millones, que una caída de 87,9% en comparación con los \$ 1.522,6 millones que ganó en el mismo semestre de 2021. En el caso de sus accionistas controlantes, la caída de la rentabilidad fue todavía mayor, de un 91,2% al llegar a los \$ 132 millones contra los \$ 1.499,5 millones del semestre anterior. Tanto en 2020 como en 2019 había registrado pérdidas semestrales por \$ 950 millones y \$ 780 millones respectivamente, mientras que en 2018 había ganado \$ 1.946 millones. Grupo Clarín tiene presencia en medios escritos, radio, televisión por aire y cable, producción audiovisual, industria gráfica e Internet. Agrupa sus actividades en tres segmentos principales: Publicaciones digitales e impresas; Producción y distribución de contenidos y Otros y sus acciones cotizan en el régimen de oferta pública de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y en la Bolsa de Londres. La coyuntura mundial, marcada por la invasión rusa a Ucrania generó escasez de materias primas fundamentales para la producción agrícola e industrial que causaron demoras en la provisión de insumos usados por el holding para varios de sus segmentos de negocios. A esto le sumó el escenario dejado por la pandemia y el actual contexto de crisis económica local, caracterizada por un marcado proceso inflacionario, y fluctuaciones cambiarias. Un combo de problemas que refleja un período desafiante para la sustentabilidad de los negocios en general y del grupo en particular. En este sentido, Clarín viene llevando a cabo una serie de estrategias orientadas a reencausar su situación financiera, revertir la caída de su rentabilidad y mantener su posicionamiento en los distintos segmentos de negocio en los que opera. "Se busca articular nuestra presencia en el campo de los medios tradicionales con una apuesta creciente en el mundo de los medios digitales", explica el documento. Del mismo

modo, planea aprovechar su posicionamiento y acceso a oportunidades de crecimiento en la industria argentina y regional para fortalecer y desarrollar sus negocios actuales. También anticipa que seguirá poniendo foco en los procesos centrales que aseguren un desarrollo sostenido y eficiente desde los diversos ángulos. Es decir, en su estructura financiera, control de gestión, estrategia de negocios, recursos humanos, innovación y responsabilidad social empresarial. En el caso del primer semestre de 2022, entre las principales acciones orientadas a cumplir con esas premisas se destacan la consolidación de su servicio de suscripción digital y la incorporación de herramientas para atender a los distintos segmentos de lectores. Al cierre de junio los suscriptores digitales ascendieron a 521.000, de los cuales el 76% paga el servicio de Paywall, comparado con el 64% de los 348.000 suscriptores registrados en 2021. En el caso de Paywall de Olé, ya cuenta con 27.000 suscriptores, siendo el único diario deportivo a nivel mundial con clientes que pagan por los contenidos. Además, su subsidiaria AGEA continúa editando sus tradicionales diarios y revistas, que vienen siendo impactadas por el cambio de hábitos de los lectores. En el segmento de Producción y Distribución de Contenidos, El Trece se ubicó nuevamente entre los canales más vistos de la televisión argentina. En lo que refiere a Radiodifusión, Radio Mitre mantuvo el primer puesto en audiencia, tanto en AM como en FM. En el caso del diario Clarín, se mantiene como uno de los de mayor circulación y el de mayor cantidad de suscriptores digitales pagos en América Latina. En el caso de los Ingresos totales del primer semestre de 2022, alcanzaron \$ 25.788,4 millones, representando un incremento de 1,3% en términos reales, principalmente debido a mayores ingresos en los segmentos de Publicaciones Digitales e Impresas compensado parcialmente por menores ventas en el segmento de Producción y Distribución de Contenidos. Los ingresos publicitarios representaron un 43,4% del total y cayeron 0,9% con mientras que los ingresos por circulación crecieron 10,2% interanual y representaron el 30,9% del total. El EBITDA Ajustado cayó 15,7% desde \$ 4.273,3 millones de 2021 a los \$ 3.603,6 millones de estos primeros 6 meses de 2022, básicamente afectado por un menor EBITDA en el segmento de Producción y Distribución de Contenidos que fue en parte equilibrado por un mayor EBITDA en los segmentos de Publicaciones Digitales e Impresas y Otros. Del mismo modo, tuvo un costo de ventas mayor, que llegó a los \$ 15.639 millones, con un crecimiento de 11,6% con respecto a los \$ 14.012,6 millones reportados en 2021. La suba se debió principalmente a la programación emitida al aire en la pantalla de El Trece y

el regreso de las producciones de ficción para terceros, y a mayores costos en el segmento de Publicaciones Digitales e Impresas vinculados al incremento de los ingresos de circulación.



## PESCA

### Grupo Newsan incursiona en la pesca de centolla

El Grupo Newsan sigue apostando por la pesca. Si bien desde 1991 se especializó en la fabricación, importación y distribución de electrodomésticos, con un portfollio de marcas como Noblex, Philco, Siam, Atma y Allure, no descuida el nicho de negocio que lo convirtió en el principal exportador de pesca del país. Consiguió la aprobación del Ministerio de Producción y Ambiente para incursionar en la pesca de centolla y centollón e instalar una planta procesadora. Además, se le otorgó un permiso de pesca con fines de investigación para el buque Punta Mogotes. En el 2021 anunció una inversión de \$ 200 millones para desarrollar un proyecto de producción de mejillones en el canal Beagle. Con la nueva aprobación pondrá en marcha un "plan de desarrollo para la explotación sustentable de centolla y centollón" en la zona sur de la provincia de Tierra del Fuego. Consiguió un permiso de pesca, con fines de investigación, para ser utilizado por el buque pesquero fresquero Punta Mogotes para operar por 1 año "en la zona comprendida desde Punta Falsa, como límite occidental, hacia el este, pudiendo el permisionario disponer de la captura una vez tomadas las muestras y la información requeridas". La embarcación de 20 metros de eslora tiene una capacidad de pesca esperada de 2.500 trampas, a la que se sumaría luego una segunda embarcación, una lancha de no más de 15 metros de eslora que realizará tareas complementarias a la primera y con capacidad para 800 trampas. La tripulación de ambas embarcaciones estará prioritariamente conformada por personas residentes en Tierra del Fuego. Toda la operatoria de control y desembarque de captura deberá realizarse en el puerto de Ushuaia, por lo que se prohíbe "el transbordo de la captura obtenida a otras embarcaciones o puntos no autorizados". De acuerdo

con el proyecto presentado, son tres las alternativas posibles para realizar la recepción, el proceso productivo, el envasado, el congelado y el almacenamiento del producto: la planta de procesamiento de la pesquera San Arawa, la adecuación de las instalaciones de Pesantar para incluir una planta procesadora o utilizar la planta procesadora de crustáceos de la Municipalidad de Ushuaia. El Grupo Newsan sostiene que el objetivo del proyecto es desarrollar una unidad productiva relevante que le permita "ser líder en la producción sustentable de la centolla, exportando desde Tierra del Fuego productos de calidad al mundo, así como también abasteciendo al mercado interno".



## SERVICIOS INFORMATICOS

### Grupo Bimbo lanza su propia aceleradora de negocios

Con el objetivo de construir el futuro de la alimentación y abrir las puertas a nuevas alianzas, Grupo Bimbo, la empresa de panificación líder en el mundo, lanzó su propia aceleradora de negocios específica para su sector. El programa se titula "Bimbo Open Door" y será la aceleradora de negocios de alimentación más grande en América Latina, enfocada en buscar, desarrollar e invertir en startups y scaleups del sector de panificación y snacks, cuyos proyectos destaquen por sus innovadoras propuestas de valor, prácticas sustentables, modelo de negocio, entre otros. "Con Bimbo Open Door, queremos ser un motor para el ecosistema emprendedor donde concretemos modelos de éxito compartido que impulsen nuevos talentos y sus grandes ideas, las cuales, estamos seguros de que van a revolucionar la industria de la alimentación", comentó a través de un comunicado. Respecto de qué tipo de startups o scaleups apuntará a hacer esta nueva aceleradora, la compañía confirmó que las iniciativas seleccionadas deberán estar alineadas con al menos uno de los siguientes pilares: diversidad nutricional; cuidado ambiental; impacto en la comunidad. Aquellas startups interesadas en participar deberán contar además con un producto validado y ventas

anuales superiores a los US\$ 300.000. Bimbo Open Door tendrá un alcance en más de 20 países de la región de América Latina, entre ellos México, Colombia, Chile y Argentina. A través de esta iniciativa, Grupo Bimbo busca detectar posibilidades de inversión durante el programa, el cual es impulsado por Bimbo Ventures, área de negocio de la panificadora que, desde 2017, ha gestionado 4 ciclos de aceleración a través de sus plataformas BIMBO ELEVA y BIMBO BAKELAB.

### Startup argentina revoluciona el sistema de salud, se expande por América Latina y ya levantó más de US\$ 26 millones

El sistema de salud vivió su mayor momento de demanda durante la pandemia, y eso dejó demostrado la importancia de estar preparado para los picos de consultas, y también la importancia de darle una buena experiencia al paciente. Observando esto, es que Osana ideó un sistema para que ambas partes puedan tener y brindar la mejor atención. "Osana es una startup líder en infraestructura tecnológica para la industria de la salud. Creamos soluciones centradas en los pacientes, de rápida implementación e integración con los sistemas de gestión del sector", Andrés Lawson, fundador y CEO de Osana, y fundador y presidente de la Cámara Argentina de Salud y Tecnología. La empresa nació ya antes de la emergencia sanitaria, porque habían detectado la necesidad de facilitar el acceso a la salud y ayudar a las personas a vivir vidas más saludables. "En aquel entonces, buscábamos enfocarnos en una problemática que impacte en la vida de millones de individuos y en donde la tecnología tenga el potencial de generar un cambio significativo en el bienestar de la población", dice Lawson. "Se abrió la posibilidad a un nuevo modelo de atención y relacionamiento con los individuos: uno más convenientes, con mejor resultados y con un mejor uso de recursos. Empoderamos a los financiadores y prestadores del sistema a mejorar el acceso a salud e incluir a más personas", añade. Con una plataforma diseñada por la propia empresa, en una primera instancia se dedicaron a crear y fortalecer alianzas con prestadores y financiadores. "El objetivo fue iterar la solución e implementar mejoras", indica Lawson. "A los pocos meses, ya había cientos de miles de personas que estaban accediendo a prestaciones de salud a través de nuestra tecnología: desde sacar un turno, hasta hacer una video-consulta o acceder a programas de seguimiento de patologías crónicas", suma el emprendedor. En 2021 llegó el momento de crecer, y abrieron el capital de la empresa a inversores. "Recibimos US\$ 26 millones en financiamiento. Uno de

nuestros principales accionistas es el fondo de venture capital General Catalyst, prestigioso inversor y uno de los actores más activos en la industria de la salud", refuerza. Este apoyo les hace pensar que en 2023 podrán afianzar su expansión a Brasil y México, financiando esto en un 60% con la facturación propia de la empresa. Luego, los planes son seguir a Colombia, Chile y Perú. "Nuestro próximo paso es impactar en la vida de 5 millones de pacientes al mes para brindarles una mejor calidad de atención médica", define. Y es que si algo aprendieron en este recorrido en la importancia de la inclusión en materia de salud. "Antes de la pandemia, prácticas como la videoconsulta o la receta electrónica eran impensadas. Si un paciente quería atenderse con un médico no había otra alternativa más que asistir al consultorio o a una guardia y esperar a ser atendido", describe. "No obstante, a raíz de la pandemia, las tareas más imprevisibles se tornaron las más solicitadas. La transformación digital se aceleró. Esto ubicó a la atención sanitaria en el centro del escenario, haciendo que nos replanteáramos un modelo de atención que dábamos por sentado", reflexiona. Según este empresario, farmacéuticas, hospitales e incluso el sector público está buscando innovar para mejorar la experiencia del paciente, personalizarla y volverla omnicanal. "Adicionalmente, gran parte de los líderes de la industria están cambiando sus estrategias hacia la prevención de enfermedades e ir hacia la autogestión de la salud", cuenta. "El sector demanda innovación, interoperabilidad, mayor inclusión, accesibilidad y soluciones centradas en el paciente que estén pensadas desde una estrategia holística y que permita reducir costos en toda la cadena de valor", resume este observador del mercado.

### La multinacional Yaya Soft quiere invertir en Mendoza y brindar servicios de software al mundo

Yair Chen, CEO de la empresa de origen israelí, mantuvo un encuentro con el ministro de Economía y Energía, Enrique Vaquié. "Buscamos desembarcar en esta provincia con el objetivo de desarrollar software y dar respuesta las necesidades de los mendocinos. Además, con el excelente nivel profesional con el que cuenta la provincia, poder exportar nuestros servicios al mundo", comentó el empresario. Chen, quien cuenta con un conjunto de compañías a nivel mundial dedicadas al desarrollo de Software en diferentes áreas, comentó: "Luego de estudiar otras opciones, que incluyeron a Buenos Aires y Córdoba, nos decidimos por Mendoza. Evaluamos el entorno y consideramos que es más que apropiado para realizar inversiones y generar importantes

negocios mediante un programa asociativo y de mutua colaboración". El empresario, amplió: "Hacen falta dos personas para bailar un tango. Este incentivo que está creando el Gobierno de Mendoza por un lado, más la intención de venir a invertir, innovar y apostar al capital humano, hacen que las condiciones sean ideales".



## SUPERMERCADOS Y CENTROS DE COMPRAS

### Mejoraron las ventas en julio por el efecto "stockeo"

En la insólita combinación de una inflación que -en julio- fue la más alta en 20 años (7,4%) y los datos de consumo masivo que se mantienen positivos a pesar del deterioro del salario, hay una explicación posible: las mayores ventas en las cadenas de supermercados están motorizadas por el deseo de los consumidores de stockearse frente a la inflación. Precisamente entre las góndolas, donde el promedio de precios es un 25% más bajo que en los autoservicios y comercios de barrio, las ventas en julio subieron 7,9% en promedio. En cambio, los comercios de cercanía registraron una caída del 3,2%, aun comparándose con una base negativa de 2021, según datos recabados por la consultora Scentia. Si se considera el total de los canales de comercialización, en julio la suba del consumo masivo fue de 2%, especialmente impulsada por la performance de las grandes cadenas. Y acumula un alza de 4% en lo que va de 2022. Osvaldo del Rio, presidente de Scentia, cuenta que -en el caso del crecimiento de las cadenas- la suba de las ventas se compara con un incremento de 5,4% durante el mismo mes de 2021. "Cosa que es muy rara frente al impacto de la inflación", dice. "Sin embargo, para cuidar el bolsillo, la gente se stockeó de productos no perecederos que le permiten cuidar el ingreso frente a la inflación que no se detiene", explica. Eso se tradujo en un aumento del volumen vendido en las grandes superficies de aceites (59%); café (38%); arroz (30%), lavandinas (26%); pastas secas (25%), yerba (23%);

azúcar (18%) y jabón para la ropa (17%), entre otros. Además del efecto "stockeo", las mayores ventas en estos megalocales "puede explicarse en parte por la diferencia de precios entre los canales, cuyo gap continúa separándose", dice del Río. Según datos de la consultora, desde abril de 2020 se produjo un quiebre en la velocidad de cambios de precios entre canales. Y esa situación generó una brecha que actualmente es 25%. En este sentido, la disponibilidad de productos de Precios Cuidados y la aceptación de tarjetas de crédito y débito son factores que inciden en incrementar ese gap de precios. La curva inflacionaria que mide Scentia -teniendo en cuenta todos los canales- continuó acelerándose hasta el 71,2% versus el mismo periodo de 2021, en línea con los indicadores oficiales de la inflación. Otro rasgo destacable del consumo masivo en julio fue la mayor demanda que se contabilizó en el interior del país respecto de las ventas en el AMBA. Ya que el promedio de 2% de alza se explicó por una suba de 1,1% en esta última zona y de 2,6% en las bocas de expendio ubicadas en el resto de las provincias. En cuanto a los productos vendidos, todas las canastas registraron datos positivos menos las bebidas con alcohol que cayeron 1,4%. Como contrapartida, el grupo de artículos que anotó más volumen vendido fueron los impulsivos, como snacks y golosinas que treparon 13,6% en el mes.



## SUSTANCIAS QUÍMICAS

### Una empresa de China invertirá US\$ 1250 millones para producir fertilizantes

Shaanxi Coal Group construirá una planta con capacidad para 900.000 toneladas de urea y 600.000 toneladas de amoníaco sintético al año en Río Grande. "Así se convertirá en la planta con mayor tecnología de Latinoamérica, abastecerá al mercado interno y exportará sus excedentes", dijo el gobierno de Tierra del Fuego. "Con ese objetivo [por la planta de fertilizantes], también construirá una terminal portuaria multipropósito con recinto interno (que permite el amarre de embarcaciones de 20.000 toneladas) y una central

eléctrica de 100 MW", se informó. En la Argentina, el mayor proveedor de urea es Profertil, empresa integrada en partes iguales por YPF y la firma internacional Nutrien. Tiene una planta en la zona de Bahía Blanca. Usa 2,5 millones de metros cúbicos de gas por día para producir 1,3 millones de toneladas para el abastecimiento local. Como la demanda total en el país asciende a 2,1 millones de toneladas, el resto se importa. Profertil tiene una logística y distribución aceitada para cubrir la demanda en las principales regiones agrícolas. Manda por barcos la urea a Necochea, San Nicolás y Puerto General San Martín, donde tiene nodos para enviar luego en camiones la mercadería. La misma empresa tiene un proyecto propio en estudio por US\$ 1500 millones para hacer también en Bahía Blanca una segunda planta que le permitiría duplicar la producción. Podría abastecer no solo la mayor demanda interna, sino a la exportación con foco en Brasil, que demanda 5 millones de toneladas. A la empresa ese proyecto le cierra por todos lados, porque está a 700 km de Vaca Muerta, se hará el gasoducto previsto por el Gobierno y, además, está la chance de atender a Brasil. En este contexto, ante una consulta en el mercado de fertilizantes, fuentes de la actividad mostraron su sorpresa ante la llegada de la inversión china. Creen que se debe solucionar temas logísticos antes de su concreción.



## TEXTIL E INDUMENTARIA

### Santista Argentina invirtió US\$ 18 millones para aumentar un 30% su producción

Santista Argentina, ex Grafa, estuvo durante 26 años en manos extranjeras y en 2021, los empresarios Carlos Muia y su hermano José Antonio decidieron recuperarla y traer sus marcas emblemáticas como Ombú y Grafa. En total invirtieron US\$ 18 millones para aumentar la capacidad de producción en un 30%. Radicaron su empresa en Catamarca en 1982, son dueños de 4 plantas textiles en el norte argentino y tienen el 45% de la planta de Santista en Tucumán. Dan trabajo a 2.000 personas. En Catamarca tienen la planta de Confecat,

hace 10 años llegaron a La Rioja e instalaron 2 plantas textiles en Famatina. Durante la pandemia compraron la quiebra de Confecciones Riojanas que había cerrado en 2019. La planta de Tucumán de Santista da trabajo a 950 personas y produce 2.200.000 metros de tela de jean mensuales y 1 millón de metros de tela de gabardina para vestir sport y para indumentaria de trabajo. Carlos Muia señaló: "Desde que tomamos la posesión llevamos invertidos US\$ 18 millones que se van a cristalizar entre este fin de año y los primeros meses de 2023 con la incorporación de la última tecnología japonesa y alemana. El objetivo es hacer crecer la producción 30% y mejorar la calidad porque son máquinas modernas con menos fallas. Queremos prepararnos desde lo tecnológico para disputar el mercado interno y apuntamos a la posibilidad de exportar en 2023". "En el segmento de indumentaria de trabajo tenemos el 75% de la oferta y en telas de jean somos el productor más importante del país", dicen. Están con un gran proyecto de crecimiento en La Rioja pero está supeditado a las condiciones y medidas del mercado. Estaba todo listo y se chocaron con la imposibilidad de girar a los fabricantes los anticipos para poder traer la maquinaria y sin anticipos, nadie fía. Tienen los problemas de muchas industrias, tuvieron una máquina robótica parada 20 días porque no conseguían que les despacharan una plaqueta electrónica de US\$ 400 que venía de Francia.

### En Perramus fabrican pilotos hace 100 años, hoy facturan \$ 2600 millones

Transitar varias décadas en el mercado argentino no es sencillo. Pero sobrevivir 100 años es aún más sorprendente. Perramus, una sastrería que en 2022 celebra su centenario y logró mantenerse pie, actualmente está en manos de la tercera generación y este 2022 proyecta facturar \$ 2600 millones. Sin embargo, para mantenerse tuvo que surfear varios cambios y aprender a reconvertirse. "Mi abuelo se fue perfeccionando en el rubro y tomó fuerza con los impermeables. Le vio la veta a ese negocio", comenta Diego Meischenguiser, nieto del fundador y actual CEO de Perramus. Este producto se volvió un ícono de la marca. La compañía se dedicaba a importar las telas y luego tercerizaban la fabricación de la prenda final. Esto cambió en los 70 con la llegada de la segunda generación. Marcos manejaba el día a día junto a sus hijos, Carlos y Ricardo, que, al mismo tiempo, dividían su jornada con sus respectivas actividades de abogado y médico. "En 1973, mi padre, Carlos, toma la decisión de poner una fábrica propia", recuerda el ejecutivo. Perramus se transformó en un genérico para el segmento

de outerwear. Incluso, en los 80, un cómic llegó a tomar su nombre para el protagonista de la historia, quien decide llamarse "Perramus" por la etiqueta de su gabán. Sin embargo, con la convertibilidad, la empresa perdió un poco de lugar debido al ingreso de impermeables baratos del exterior y la creciente competencia. El salto se dio en 2005 cuando Diego Meischenguiser asumió la titularidad. Hasta ese momento la marca estaba asociada a un segmento adulto y masculino, entonces decidió renovar la identidad para llevarla a un público más juvenil y también incorporar líneas femeninas. Reformó el local histórico de la calle Sarmiento y este se convirtió en el flagship de la firma. A los impermeables se le agregaron otras categorías de productos, como camperas, pantalones, camisas, suéteres, poleras, ponchos y chombas. A su vez, sumaron accesorios de moda, entre ellos pilusos y riñoneras. En tan solo 1 año la empresa triplicó sus ventas y eso dio paso a la expansión, no solo nacional sino también internacional. A partir de 2009 abrieron el sistema de franquicias y hoy cuentan con 20 locales en el país (12 propios y 8 franquiciados). En tanto, abrieron 2 sucursales en Uruguay, en Maldonado y Punta del Este. A esto se le suman los 250 locales multimarca que venden sus productos.



## TURISMO

### Fin de semana largo: el turismo superó niveles prepandemia

Millones de argentinos aprovecharon del fin de semana largo para visitar los destinos turísticos que ofrece el país. Como resultado, el turismo registró números superiores a los de la prepandemia: hubo más de 800 mil turistas y 1,5 millones de excursionistas (es decir, quienes van y vuelven en el día), según el Ministerio de Turismo y Deportes. Los datos sobre la cantidad de movilizados surgen de la información brindada por el Observatorio Argentino de Turismo de la Cámara Argentina de Turismo (CAT), mientras la Confederación Argentina de la Mediana empresa (CAME) recalculó el impacto económico. El presidente de la CAT, Gustavo

Hani, aseguró que "los números del fin de semana largo ya nos permiten hablar, en varios destinos, de una tendencia con movimiento turístico por encima de las cifras que manejábamos en 2019". En ese marco, la recuperación del turismo ocurre a raíz de "visitantes de Uruguay y Brasil a la Ciudad de Buenos Aires (CABA), San Carlos de Bariloche, San Martín de los Andes, Salta y los destinos de la provincia de Entre Ríos, que tuvieron un gran movimiento turístico".

---

## EL NÚMERO DE LA SEMANA

# 7,1%

Es la variación mensual de los precios medios mayoristas en el mes de julio, el valor más elevado desde marzo pasado. El mayor impacto se observó en los precios de los productos importados que crecieron 8,6% mensual. Dentro de los productos nacionales, se destacó el alza de 8% de los productos manufacturados.



## EL CONCEPTO ECONÓMICO

### CABLE FOREX

El cable Forex es el nombre asignado a la relación entre dólares americanos y libras esterlinas. Esta relación de cambio entre divisas es a su vez un elemento de inversión predominante.

En el argot o vocabulario económico y financiero, la expresión cable forex es ampliamente empleada a la hora de referirse a la relación entre las divisas GBP y USD.

En otras palabras, se basa en la relación de intercambio o tipo de cambio calculado entre libras esterlinas y dólares norteamericanos.

Este concepto abarca, por lo tanto, la cotización de la libra en referencia al dólar en un momento determinado (la medición diaria es la más extendida).

Esta terminología se remonta al siglo XIX y la interconexión trasatlántica entre Reino Unido y Estados Unidos por medio del telégrafo.

### 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.