



Cámara
ARGENTINA

NOTISOCIOS

MAYO 2024

SOCIOS PROTECTORES

 ARGENOVA GRUPO NUEVA PESCANOVA	 Assekuransa	 BBVA	 codere	 IBERCONSA
 indra	 MAPFRE	 M	 Naturgy	 Pan American ENERGY
 Santander	 ARGENOVA GRUPO NUEVA PESCANOVA	 Assekuransa	 BBVA	 codere
 IBERCONSA	 indra	 MAPFRE	 M	 Naturgy
 Pan American ENERGY	 Santander	 ARGENOVA GRUPO NUEVA PESCANOVA	 Assekuransa	 BBVA
 codere	 IBERCONSA	 indra	 MAPFRE	 M
 Naturgy	 Pan American ENERGY	 Santander	 ARGENOVA GRUPO NUEVA PESCANOVA	 Assekuransa
 BBVA	 codere	 IBERCONSA	 indra	 MAPFRE
 M	 Naturgy	 Pan American ENERGY	 Santander	 ARGENOVA GRUPO NUEVA PESCANOVA
 Assekuransa	 BBVA	 codere	 IBERCONSA	 indra
 MAPFRE	 M	 Naturgy	 Pan American ENERGY	 Santander
 ARGENOVA GRUPO NUEVA PESCANOVA	 Assekuransa	 BBVA	 codere	 IBERCONSA

DIA entre las mejores 50 empresas para atraer y fidelizar talento de Argentina.

Se trata de la 10° edición del Ranking MERCO Talento, que reconoce a las empresas que mejor atraen y fidelizan talento en Argentina en 2023/24.

DIA Argentina forma parte del Ranking Merco Talento Argentina 2023/24. El líder en proximidad en el podio de los supermercados. En el listado completo -conformado por 200 compañías-, se posicionó en el puesto número 46° de las empresas que mejor atrae y fideliza talento en Argentina.

Estos resultados son el reflejo de la propuesta de valor que DIA le brinda a sus colaboradores, quienes tienen la posibilidad de ser protagonistas en una compañía que evoluciona y se desafía de manera permanente. "Logramos construir un negocio sólido que sitúa a las personas en el centro y esto es crucial para tener la inspiración y motivación de los equipos, y en consecuencia lograr que la experiencia y satisfacción de nuestro cliente sea nuestra prioridad", destacó Agustín Ibero, CEO de DIA Argentina.

La compañía impulsa espacios de escucha, tales como la Encuesta de Compromiso que se lleva a cabo para conocer el nivel de satisfacción y la percepción de los colaboradores, con el fin de mejorar su experiencia dentro de la compañía, con foco en el desarrollo y bienestar de los colaboradores. Además, el resultado del Ranking MERCO Talento visibiliza un estilo de liderazgo auténtico y responsable, caracterizado por la cercanía, empatía y el empoderamiento de los equipos.

"Para nosotros es una gran satisfacción recibir este reconocimiento. Sin dudas, es el reflejo del trabajo que venimos sosteniendo a lo largo de los años: el negocio de DIA avanza gracias a la pasión por el cliente y a los equipos comprometidos por lograrlo. Esta distinción, nos llena de orgullo y nos impulsa a seguir co-creando el mejor lugar para trabajar. Quiero agradecer a las personas que forman parte de este gran equipo y que cada día hacen realidad nuestro propósito: estar cada día más cerca para brindar gran calidad al alcance de todos"

La compañía opera en el país hace más de 25 años y cuenta con 3500 empleados en forma directa y 3900 a través de sus franquiciados que conforman el 76% de la totalidad de sus tiendas. Además, 200 proveedores argentinos, en su mayoría PYMES, colaboran en el desarrollo de su marca propia.

MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) Talento es el monitor de atractivo laboral de Merco, monitor líder en Iberoamérica, que viene evaluando la reputación y el atractivo laboral de las empresas desde el año 2000.



Naturgy lanzó la edición 2024 de Energía del Sabor.

Naturgy lanzó la novena edición de Energía del Sabor, su programa de inclusión social a través de la gastronomía. En estos cursos anuales, trabajaremos nuevamente durante el 2024 con Fundación Peregrina, mediante la Fundación Nordelta del Barrio Las Tunas, en Tigre; con la Asociación Civil Siloé, en el Centro Comunitario “Acá Sí” del barrio Cascallares, Moreno; y con el Sindicato de Trabajadores de Turismo, Gastronómicos y Hoteleros (UTHGRA Seccional Oeste en Morón).



El eje del programa, como siempre, será la capacitación en el oficio gastronómico con salida laboral, con énfasis en la formación de microemprendedores en el rubro, la eficiencia energética y la inclusión social. A lo largo del año, los participantes del programa realizarán visitas a hoteles, establecimientos gastronómicos y actividades especiales con distintas personalidades del mundo de la gastronomía y la nutrición.

“La alianza entre Naturgy, la Fundación Peregrina, la Asociación Civil Siloé y UTHGRA Seccional Oeste es un claro ejemplo de cómo la articulación entre diferentes actores puede generar un impacto positivo en la comunidad. Esta iniciativa, que combina la pasión por la gastronomía, con el compromiso social y medioambiental, a la que desde 2022 decidimos agregarle el eje emprendedurismo, ha logrado consolidarse como un referente en el ámbito de la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible”, destacó Verónica Argañaraz, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Naturgy.

Desde el inicio del programa en 2016, más de 550 jóvenes bonaerenses se han instruido en el oficio gastronómico gracias a nuestro programa Energía del Sabor, que tiene como objetivos facilitar el desarrollo profesional de jóvenes con dificultades de acceso al mercado laboral, brindando una capacitación en el oficio gastronómico, que les facilite una inserción laboral o la creación de un microemprendimiento.

Naturgy 

Assekuransa designó a la líder de su operación en España.

Assekuransa designó a Carmen Castellano Marín como CEO de Assek Europe, la compañía de seguros y reaseguros autorizada por la Dirección General de Seguros de España, a operar con base en Madrid, que inició formalmente sus operaciones el mes pasado.



El anuncio fue realizado por el fundador y presidente del grupo asegurador, Juan Ángel González Insaurralde.

Assek Europe integró además su Consejo Administrativo con Ricardo Pulido Parejo, Cristina Novella Arribas, Eduardo Toribio, Javier Aparicio Hurlot y Juan Ángel González Insaurralde, todos con una larga trayectoria en el mercado asegurador.

Assekuransa se especializa en seguros para el comercio internacional y cuenta con un amplio porfolio de productos que cubren los riesgos relativos al transporte de mercancías a nivel global. Tiene su sede en Buenos Aires, Argentina,

y cuenta con operaciones en los Estados Unidos, México, España y un socio estratégico en Alemania.

Fue fundada en el año 1990 y desde entonces se ha expandido, crecido e incorporado nuevos productos de manera sostenida. En la actualidad, tiene más de 1.200 clientes activos en 30 países, que son atendidos por un equipo integrado por 100 profesionales ubicados en sus diferentes locaciones.

RSM Argentina se expande con la apertura de una nueva oficina en Salta

RSM Argentina anunció la apertura de una nueva oficina estratégicamente ubicada en la ciudad de Salta. “Este paso representa un hito significativo en nuestra misión de acercar nuestros servicios a una comunidad cada vez más diversa y exigente”, destacó Gabriel Lupo, socio de la firma.



“La nueva oficina, situada en Santiago del Estero N° 734, no solo simboliza nuestro compromiso con la excelencia en el servicio al cliente, sino que también refleja nuestra confianza en el potencial de crecimiento y desarrollo en la región”, agregó Lupo quien luego subrayó que la nueva locación “contará con un equipo altamente calificado listo para ofrecer soluciones personalizadas y de excelencia que permitan a nuestros clientes alcanzar todos sus objetivos”.

Los contadores Simón Montes y Enrique Saravia fueron designados como nuevos socios de RSM Argentina, oficina NOA, y serán los encargados de liderarla.

Montes posee más de 40 años de experiencia trabajando con empresas del noreste argentino habiéndose especializado en la asesoría en impuestos, contabilidad, reorganizaciones societarias y sindicaturas, entre otros temas. Por su parte, Saravia se especializó durante la última década en normas internacionales de auditoría, asesorando a numerosas empresas de distintos sectores.

En su nueva locación, RSM Argentina brinda una amplia gama de servicios que incluyen: aseguramiento, auditoría, impuestos, consultoría y BPO. “Estamos enfocados en potenciar aún más los servicios orientados a la industria minera y la industria agropecuaria”, resaltó Montes.

MAPFRE es nuevo patrocinador oficial de la CONMEBOL Libertadores.

MAPFRE y la CONMEBOL anunciaron el acuerdo de patrocinio donde la compañía multinacional de seguros más grande de América Latina estará presente en la competencia de clubes más grande del continente.



El acuerdo, que se inicia en mayo del 2024 y se extiende hasta diciembre de 2026, incluye el sponsoreo de CONMEBOL Libertadores, y consiste en activaciones de la marca y promociones en todos los partidos de la competición en todos los países donde se disputa el torneo.

“En MAPFRE trabajamos para cuidar lo que importa a nuestros millones de clientes, y en Latinoamérica hay pocas cosas que importen más que el fútbol, un deporte que promueve valores como el esfuerzo, el trabajo en equipo, la igualdad, la inclusión, la superación o el respeto. Por eso hemos decidido dar este paso de patrocinar la competición de clubes de CONMEBOL para ayudar a impulsar el deporte en un continente unido por una pasión”, dijo Antonio Huertas, presidente de MAPFRE. “Queremos estar al lado de los aficionados, ofrecerles experiencias valiosas y únicas, y construir una conexión emocional con la audiencia a largo plazo”, agregó.

“Nos sentimos muy orgullosos por firmar este acuerdo con MAPFRE como Sponsor de la CONMEBOL Libertadores, el torneo más prestigioso de Sudamérica. En la CONMEBOL queremos que cada competición conecte con el fan, aumentando su pasión y creando momentos y experiencias únicas”, comentó Alejandro Domínguez, Presidente de la CONMEBOL.

Con este acuerdo, MAPFRE tendrá visibilidad en los estadios donde se disputen los partidos. En el campo de juego, conferencia de prensa, zona mixta y flash interview; realizarán activaciones en el estadio, en la Fan Zone y en los espacios de hospitalidad; organizarán actividades con leyendas y embajadoras de la CONMEBOL .

DIA España muestra un excelente desempeño en el primer trimestre de 2024 (+6,3% LfL) y Argentina mantiene el impulso positivo en cuota en un contexto desafiante.

DIA España logra ventas netas de 988 millones de euros entre enero y marzo, un 6,1% más que en el mismo periodo de 2023, y enlaza dos años de crecimiento en venta a superficie comparable¹. Además, la acertada gestión del surtido y la mejora del ecosistema digital han permitido incrementar la venta por m² en un 12,3% comparado con el primer trimestre del año anterior, y continúa la ganancia de cuota de mercado a superficie comparable.



DIA Argentina avanza en cuota de mercado a nivel nacional en un entorno generalizado de caída del consumo, apoyado en una propuesta de valor diferenciadora que apuesta por un surtido de productos Dia con precios asequibles, un elemento clave para proteger el bolsillo de los clientes en un contexto como el actual.

Grupo DIA cierra el primer trimestre del año con un excelente desempeño de su operación en España y un negocio sólido y resiliente frente al desafiante contexto en Argentina. Entre enero y marzo, las ventas netas del negocio continuado de Grupo Dia, alcanzaron los 1.484 millones

de euros, un incremento de 1,1% frente al año anterior, destacando el avance positivo de España (+6,1% vs. 1T 2023).

El positivo desempeño logrado en el trimestre se ha visto afectado por la fuerte devaluación del peso argentino, en un momento en que la operación en el país demuestra su adaptación y excelente gestión pese a la dificultad del contexto macroeconómico.

El avance en venta comparable (like-for-like) en España de un 6,3% en el primer trimestre amortigua la desaceleración registrada en Argentina (-7,3% vs. 1T 2023) debido a la contracción del consumo y el negativo desempeño obtenido en Brasil (-10,4% vs. 1T 2023).

España y Argentina avanzan en su hoja de ruta

El primer trimestre del año ha permitido a Dia España mostrar la fortaleza de su transformación con un extraordinario desempeño en un contexto de desaceleración del consumo y en el que el cliente mantiene una alta frecuencia de compra (+7,3% vs. 1T 2023) aunque sigue controlando el gasto.

“La solidez del negocio de Dia España ha quedado nuevamente demostrada en el primer trimestre del año, con un avance en venta comparable que permite enlazar dos años consecutivos de crecimiento, y una venta neta que refrenda el éxito de nuestra propuesta de valor única en proximidad. Somos la tienda de barrio y online favorita de miles de personas gracias a un surtido variado y completo, con protagonismo de los productos frescos y con equilibrio entre marcas de fabricante y nuestros excelentes productos Dia a precios asequibles”, destaca Martín Tolcachir, CEO Global de Grupo DIA.

Al cierre de marzo, Dia cuenta en España con una red de 2.311 tiendas, de las cuales el 87% opera bajo el nuevo modelo. Además, se ha terminado la renovación de los productos Dia a la Nueva Calidad Dia y el éxito de esta apuesta ha elevado a un 57,5% su peso en la cesta de la compra.

Entre enero y marzo, Dia España ha logrado incrementar la venta por m2 en un 12,3% comparado con el mismo período de 2023 gracias, por un lado, a una acertada gestión del surtido, con especial interés en mantener una oferta de frescos que responda a las expectativas de los clientes; y, por otro, a la mejora del ecosistema digital que forma la plataforma omnicanal (web y app Dia) y las mejoras implementadas en Club Dia, medidas que han logrado impulsar la venta digital en un 25,8% en el primer trimestre del año, comparado con el mismo período de 2023.

Con los pilares de la transformación de Dia España ya logrados, la prioridad del equipo en 2024 se centra en el crecimiento orgánico gracias a la fortaleza de la propuesta de valor, reduciendo las necesidades de Capex. Para impulsar el crecimiento del negocio en el país, se apostará por:

- El aumento de la fidelización a través del Club Dia.
- El incremento de la frecuencia y el número de visitas gracias a un atractivo surtido de productos frescos.
- El incremento de la cesta media gracias a la continua revisión e innovación dentro del surtido, combinando las mejores marcas nacionales y la excepcional calidad del surtido de productos Dia.
- La mejora y crecimiento del canal online y la digitalización de nuestros clientes.

“Cada vez más clientes eligen y vuelven a Dia, convencidos de que en su tienda de barrio o en nuestro canal online tienen la mejor relación calidad-precio y ofertas y promociones que facilitan su compra diaria. Esta estrategia, centrada en la satisfacción del cliente, está logrando que Dia siga ganando cuota de mercado a superficie comparable trimestre a trimestre. Guiados por nuestra pasión por el cliente, trabajaremos para garantizar una experiencia de compra que se adapte a sus necesidades, en reforzar su fidelidad y en cumplir el compromiso histórico de Dia con el ahorro de los hogares”, agrega el ejecutivo.

Dia Argentina ha cerrado el primer trimestre del año con 1.048 tiendas operando en el país, el 83% bajo el nuevo modelo. En un entorno generalizado de caída del consumo,

se ha logrado ganar cuota de mercado a nivel nacional, apoyados en una propuesta de valor diferenciadora que apuesta por un surtido de productos Dia con precios asequibles, un elemento clave para que los clientes tengan una herramienta de ahorro para afrontar el contexto inflacionario del país.

“En Argentina, el excelente desempeño operacional nos ha permitido avanzar en cuota de mercado en el primer trimestre del año en la ciudad de Buenos Aires, donde concentramos nuestra operación, en un contexto marcado por el impacto de las medidas macroeconómicas implementadas en el país y con un resultado mermado por la corrección del tipo de cambio”, destaca Tolcachir.

Entre enero y marzo, el peso de los productos Dia en la cesta de la compra argentina ha avanzado 1,7 puntos porcentuales, hasta el 33,3%, en un contexto marcado por una mayor frecuencia de visita a tienda (+7,9% en número de tickets vs. 1T23), aunque con cestas de menor importe. Hacia delante, el compromiso del equipo en Argentina está en que la propuesta de valor de Dia se adapte a las necesidades de nuestros clientes, en seguir impulsando el peso de los productos Dia en la cesta de la compra y mantener la tendencia positiva en visitas para seguir creciendo en cuota de mercado.

“Quiero agradecer a todo el equipo Dia, a nuestros franquiciados y proveedores. Su compromiso y confianza para afrontar un contexto complejo como el actual es fundamental para seguir impulsando una propuesta de valor ganadora que muestra nuestra pasión por el cliente. Juntos, hemos construido un negocio sólido, capaz de consolidar los avances logrados con la ambición renovada de ser la tienda de barrio y online favorita de nuestros clientes”, concluye el CEO Global de Grupo Dia.



Federico Costantino, nuevo socio de Auren.

Federico Costantino fue nombrado Socio de Impuestos en Auren Argentina, reconociéndose la excelente trayectoria que ha marcado desde su incorporación a la firma internacional, hace 20 años.

Constantino cuenta con una extensa carrera. Ingresó a Auren en el año 2004 como asistente en el área de Impuestos donde desarrolló su carrera profesional. Durante los últimos años, se desempeñó como Director del área, acompañando y asesorando a los clientes con soluciones eficientes, innovadoras y más rentables en temas tributarios.

Es Contador Público (UB) especialista en aspectos impositivos de fideicomisos inmobiliarios y agropecuarias; Recursos ante AFIP y Tribunal Fiscal de la Nación; reorganizaciones societarias; renta financiera para personas humanas; Planificación fiscal nacional e internacional. Miembro activo de la Asociación Argentina de Estudios Fiscales.

Ha dictado diversos cursos para profesionales en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas y fue docente en la cátedra de Impuestos I y II en la Universidad Católica Argentina (UCA).

Se suma como socio de Auren Argentina para acompañar en las decisiones y desarrollo de la estrategia enfocada al crecimiento del negocio. “Es un honor formar parte de este equipo y mi siento muy entusiasmado. Mi objetivo es contribuir con mi experiencia y compromiso para que Auren siga creciendo” expresó Costantino.



KPMG Argentina reconocida como una de las empresas más influyentes de la Argentina.

Mediante el análisis de más de 5 millones de datos digitales se ubicó quinta entre las 100 empresas más importantes del país y primera entre las consultoras.



El Ranking Influence 100 Change Makers realizado por la consultora HORSE reconoció a KPMG Argentina como la primera firma de consultoría del país, quinta entre las 100 empresas más influyentes de la Argentina, y su presidente y CEO, Néstor García, lideró la categoría de speaking opportunities ubicándose en el lugar 18 entre los CEOs más influyentes del país. “Es un reconocimiento al gran trabajo que venimos haciendo en equipo en todos los niveles de la firma que nos permite tener una alta exposición pública y reconocimiento entre los distintos actores sociales”, sostiene García.

HORSE realiza todos los años un estudio cuantitativo en el que evalúa a las empresas y ejecutivos basado en Big Data e Inteligencia Artificial a través del análisis de más de 5 millones de datos que permite evaluar el desempeño de las principales compañías y líderes del mundo de los negocios. Millones de datos que son recogidos a diario de medios digitales, redes sociales, eventos y foros, cámaras empresarias, organismos de gobierno y ONGs de más de 20 países entre los que figuran Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Centroamérica & Caribe, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela

El universo utilizado para esta última edición del ranking estuvo representado de la siguiente manera:

- 4.914.700 artículos periodísticos
- 2.802 ponencias en eventos
- 1.755 sponsoreos y auspicios
- 3.114 roles institucionales de ejecutivos
- 5.303 contenidos patrocinados
- 180 eventos en 90 cámaras y asociaciones
- 1.000 perfiles de ejecutivos en Twitter y LinkedIn
- 100 mil interacciones en RRSS

Hace 5 años que HORSE viene realizando el ranking tomando como referencia la existencia de un cambio de paradigma global que pone ahora foco en empresas y ejecutivos más allá de los resultados financieros de la organización constituyendo un nuevo modelo de liderazgo responsable, transparente y sostenible. En este sentido, la consultora considera que los CEOs van entendiendo que el éxito sostenible de sus empresas depende esencialmente de su capacidad para abrazar desafíos sociales y ambientales basados en la innovación, sostenibilidad, diversidad, talento y equilibrio entre trabajo y vida personal. Y la Big Data y la IA son aliados cruciales que permiten analizar la performance de los líderes en cada uno de estos ejes.

“Hoy, los CEOs deben participar en las conversaciones correctas y comprometerse con las demandas de la sociedad. Ya no estamos en la época de CEOs distantes y acartonados. Ahora se les pide ser más humanos, empáticos y estar conectados con la realidad cotidiana. Esta evolución no es una moda pasajera; es una necesidad imperante en este mundo en constante cambio. En HORSE, somos creyentes fervientes de esta evolución. Y este ranking es un reconocimiento a las empresas y CEOs que no temen al cambio, que lideran con autenticidad y que están marcando una nueva era en la dirección empresarial”, afirma Juan Pablo Daniello, socio fundador de HORSE.

Según el ranking el sector más influyente sigue siendo la industria automotriz que repite el primer puesto y se consolida como el más relevante superando a energía y a las tecnológicas. También señala que el gap de género se mantiene, si bien en años anteriores las mujeres ganaban espacio consistentemente en esta edición sólo 25 logran entrar en los 100, una menos que en 2023. Y Networking, es la dimensión donde registran mejor performance.



La Cámara Española de Comercio de la República Argentina da la bienvenida a nuevos socios de nuestra Institución:



DE DIOS & GOYENA

ABOGADOS CONSULTORES

DE DIOS & GOYENA

DE DIOS & GOYENA es un estudio jurídico con oficina en la Ciudad de Buenos Aires y colaboradores en varios países de la región, dedicado fundamentalmente a la consultoría empresarial con más de 20 años de historia. Presta servicios a empresas nacionales e internacionales en cuestiones corporativas complejas, derecho societario, administrativo, impuestos, normativa de cambios, litigios de todo tipo y asuntos regulatorios.

SOCIOS BENEFACTORES

				
				
				
				
				
				
				
				
				
				
				
				

