

ACTIVOS >>

A photograph of Mariano Rajoy, the former Prime Minister of Spain, speaking at a podium. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a striped tie. He has a grey beard and is wearing glasses. The background is a blue wall with some logos, including the Spanish flag colors (red, white, and green) visible on the right. Two microphones are positioned in front of him.

“Argentina tiene para España un valor especial, nuestra relación bilateral vive su mejor momento en muchos años y vamos a poner todo nuestro empeño en consolidarla.”

Mariano Rajoy, Presidente del Gobierno de España

SOCIOS PROTECTORES

				
				
				
				
				
				
				
				
				
				
				

SUMARIO

03 | **Nota de Tapa** VISITA DE RAJOY A LA ARGENTINA.

El comienzo de una nueva etapa para las empresas españolas en Argentina.



Nota de Tapa | Mariano Rajoy.

09 | **Notisocios** Novedades de nuestras empresas asociadas.



Notisocios | Vicente Berbegal.

VISITA DE RAJOY A LA ARGENTINA.

El comienzo de una nueva etapa para las empresas españolas en Argentina.

Con la visita oficial del presidente del Gobierno español Mariano Rajoy, Argentina y España reafirmaron una antigua amistad que afianzará -si ello fuera posible-, las excelentes relaciones bilaterales entre ambos países.

La visita constituyó, en este sentido, una reafirmación del principio de multilateralidad del comercio internacional, el reconocimiento del prestigio de la inversión española en Argentina y la promoción y aliento para la radicación de nuevas inversiones.



La agenda oficial de Mariano Rajoy en Argentina se inició el martes 10 de abril con una ofrenda al general José San Martín.

Posteriormente, el jefe de Gobierno español inauguró el encuentro empresarial “España-Argentina, Argentina-España”, —organizado por el ICEX España Exportación e Inversiones, CEOE, la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España— concebido como un espacio para ahondar en nuevas oportunidades de negocios que surgen en un nuevo entorno y clima de relaciones bilaterales y al que acudieron unos 80 empresarios venidos de España, además de decenas de residentes en territorio argentino.

La importancia del evento quedó reafirmada por la presencia del Presidente Argentino Mauricio Macri, quien acompañó a Don Mariano Rajoy en la apertura de este cónclave empresarial, junto con el Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, Alfonso Dastis; el Presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Juan Rosell, el Presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet; el Presidente de la Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA) Guillermo Ambrogi, y los principales directivos de Abertis, Dycasa, Gas Natural Fenosa, Mapfre, Banco Santander, Telefónica y Cofides, empresas patrocinantes del encuentro.

El presidente de la Cámara Española de Comercio de la República Argentina, Guillermo Ambrogi, declaró que “nunca he visto al empresariado español tan optimista como ahora. Se pasaron momentos muy difíciles y en los últimos dos años hay un gran optimismo. Las empresas grandes, que llegaron en los 90, se quedaron prácticamente todas y han seguido invirtiendo. España es el segundo país del mundo que más invierte en Argentina”, y las inversiones españolas se ubican “en casi todos los sectores, bancos, informática, energía, turismo, seguridad, obra pública, infraestructuras.”

Guillermo Ambrogi, declaró que “nunca he visto al empresariado español tan optimista como ahora. Se pasaron momentos muy difíciles y en los últimos dos años hay un gran optimismo. Las empresas grandes, que llegaron en los 90, se quedaron prácticamente todas y han seguido invirtiendo. España es el segundo país del mundo que más invierte en Argentina”, y las inversiones españolas se ubican “en casi todos los sectores, bancos, informática, energía, turismo, seguridad, obra pública, infraestructuras.”





El encuentro prosiguió con la sesión plenaria “Argentina y España: nuevas oportunidades en un nuevo entorno”. Para analizar las nuevas oportunidades de negocio, donde intervinieron el presidente de CEOE, Juan Rosell; su homólogo de la Cámara de España, José Luis Bonet; los ministros argentinos de Producción, Francisco Cabrera y de Transporte, Guillermo Dietrich; el secretario de Relaciones Económicas Internacionales, Horacio Reyser; y el presidente de la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, Juan Pablo Tripodi.

Según informaron en un comunicado los organizadores del encuentro “las empresas españolas apuestan por la nueva etapa argentina”.

Más allá de las importantes cuestiones políticas, en la agenda de la visita fueron relevantes los asuntos económicos y empresariales, como el estado de las negociaciones del Acuerdo Mercosur-UE, que se espera que pueda ser aprobado en breve y, muy especialmente, se enfatizó en la exploración de nuevas líneas de mutua colaboración económica. Una colaboración que la nueva administración argentina está interesada en potenciar, mediante la captación de nuevas inversiones españolas.

El pasado mes de noviembre se celebró en las instalaciones del IE Business School en Madrid un Foro sobre Economías regionales y oportunidades de inversión en Argentina, que despertó un gran interés entre potenciales inversores españoles. En dicho Foro, responsables del gobierno argentino y de distintas provincias, expusieron los programas y facilidades que se ofrecen a las empresas que quieran instalarse en sus respectivos territorios.

Este renovado interés de los empresarios españoles por invertir en Argentina, también había sido detectado en la última edición del Informe “Panorama de la inversión española en Iberoamérica”, realizado en el IE Business School y presentado recientemente en Madrid.

“Son las reformas del presidente Macri, la fiabilidad que ha logrado para el país y el escenario los que hacen que se acerquen los inversores”, manifestó Rajoy en una entrevista realizada en Madrid por Silvia Pisani, para el diario La Nación, en la que también resaltó el “excelente momento” de la relación bilateral.

“Son las reformas del presidente Macri, la fiabilidad que ha logrado para el país y el escenario los que hacen que se acerquen los inversores”, manifestó Rajoy

“Era algo que deseábamos ambos países y que ahora es una realidad. Toda Latinoamérica, pero singularmente la Argentina, tiene para nosotros un valor especial”, manifestó en dicha entrevista, a la vez que destacó que se ha recuperado sintonía y confianza, lo cual lo pone “muy feliz” porque España y Argentina “son dos países que tienen enormes lazos en común”.

Y en Argentina y ante ejecutivos de ambas naciones, el Presidente Rajoy enfatizó que existe “potencial” para profundizar las relaciones comerciales. “Hoy Argentina es el quinto socio

de España en Latinoamérica detrás de economías de menor tamaño, esto es un estímulo para que cada vez más empresas españolas se interesen en la Argentina”.

Y completó: “Probablemente esta sea la mejor etapa en muchísimo tiempo, que debemos aprovechar. La situación está mejorando y seguirá así si se preserva el camino de la prudencia. Pueden contar con el apoyo de España”.

En cuanto a un acuerdo entre el Mercosur y la Unión Europea, el Presidente Rajoy manifestó su convicción sobre los beneficios de una “convergencia entre ambos procesos y el papel protagonista que corresponde a Argentina y España desde sus respectivas riberas del Atlántico”.

“Por eso he reiterado el firme apoyo de España a una próxima conclusión del acuerdo de asociación Unión Europea – Mercosur”, apuntó.

Asimismo, dijo que “apoyamos a Argentina en su aspiración de convertirse en miembro de pleno derecho de la OCDE; creo que es acto de justicia”.



A su vez, el Presidente Mauricio Macri exhortó a los empresarios españoles a aprovechar las oportunidades que ofrece Argentina en agroindustria, logística, el sector automotriz, particularmente la industria de las autopartes, las energías renovables y el “as bajo la manga”: la industria del turismo donde España tiene sobrada experiencia.

En tanto, la Secretaria de Estado de Comercio de España, María Luisa Poncela, puntualizó que “80 empresas españolas vinieron para participar de este encuentro, más otras que están aquí y más de 100 hombres de negocios de Argentina”

Asegurando que “este compromiso de las empresas españolas en Argentina va a continuar y se va reforzar con el escenario creado por el gobierno argentino”.

Afirmó que “la intensificación de las relaciones es un hecho cierto”, y precisó que “en 2017 Argentina fue uno de los destinos más fructíferos para España con un crecimiento de 51% de las exportaciones”.

El Presidente Mauricio Macri exhortó a los empresarios españoles a aprovechar las oportunidades que ofrece Argentina en agroindustria, logística, el sector automotriz, particularmente la industria de las autopartes, las energías renovables y el “as bajo la manga”: la industria del turismo donde España tiene sobrada experiencia.



La Cámara de Comercio de España ha decidido situar a Argentina entre los países prioritarios dentro de las actividades del Plan Cameral de Internacionalización para 2018, debido a la favorable evolución económica que presenta el país austral.

Por su parte, la Cámara de Comercio de España ha decidido situar a Argentina entre los países prioritarios dentro de las actividades del Plan Cameral de Internacionalización para 2018, debido a la favorable evolución económica que presenta el país austral. Así lo anunció el presidente de esta institución, José Luis Bonet, en el encuentro empresarial España-Argentina.

Bonet ha expresado que debido “a las decisiones valientes que ha tomado el gobierno argentino ante la situación económica tan desfavorable y compleja que encontró, las Cámaras de Comercio llevaremos a cabo un total de 15 misiones comerciales directas de empresas españolas a Argentina a lo largo de 2018”.

El Presidente de la Cámara de España se ha referido también al papel de las empresas españolas que llevan más de 25 años trabajando e invirtiendo en ese país en sectores clave, y ha destacado el puesto que ocupa España como segundo inversor directo tras Estados Unidos, con casi los 6.000 millones de euros de stock invertido por empresas españolas en la Argentina. “Pero nuestras empresas, las ya presentes y las que aún no lo están, grandes y pequeñas, desean contribuir a esta nueva fase de desarrollo económico y social de Argentina”.

Por último, Bonet ha puesto manifiesto que los sectores que actualmente prioriza el gobierno argentino como las infraestructuras de transporte, la eficiencia energética, la distribución eléctrica, las energías renovables o las tecnologías de información y comunicaciones, son sectores en los que las empresas españolas han alcanzado posiciones de liderazgo a nivel mundial.

La comitiva de empresarios españoles que acompañó al presidente español destacó el buen clima de negocios que encontró en la Argentina en un encuentro que mantuvo con líderes del sector privado local. La atracción de los proyectos de Participación Público Privada (PPP) generó el acercamiento de constructoras dispuestas a invertir en infraestructura aunque la novedad fue el entendimiento para que se sumen al intercambio comercial a las pymes.

Diferentes empresarios manifestaron que en las conversaciones entre los hombres de negocios de ambos países quedó plasmado el “muy buen clima” que existe en la actualidad, que podría traducirse en el “corto tiempo en inversiones”. “La novedad es tratar de promover la actividad en los dos países de las pymes de ambas naciones”, enfatizó uno de los participantes del encuentro.

La incursión de las pymes es clave debido a que “las grandes empresas españolas ya están participando”.

Por su parte, el presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) Juan Rosell expresó que “Vemos un problema: tenéis crecimiento del PIB (Producto Interior Bruto), procesos de inversión espectaculares... lo único que nos preocupa a los empresarios españoles es la inflación”. Esta es la principal preocupación de los hombres de negocios españoles, aunque Rosell celebró que está en proceso de “ser resuelta”.

El Embajador de España en Argentina, Javier Sandomingo, consideró que “es un momento importante” para ambos países y que la Argentina “ofrece un espacio de confianza asentado en niveles muy confiables de seguridad jurídica y una disposición al diálogo y al consenso que hasta hace poco no estaba presente”.

La visita al Congreso Nacional fue la última actividad del presidente español de la gira por dos días en nuestro país. La Vicepresidenta Gabriela Michetti y los titulares de la Cámara de Diputados, Emilio Monzó, y del Senado, Federico Pinedo, recibieron este miércoles al presidente del gobierno español, Mariano Rajoy, con quien compartieron un almuerzo y dialogaron sobre las relaciones bilaterales entre ambos países.

Últimas novedades de nuestros asociados

Vicente Berbegal – Presidente de ACTIU visita la Argentina.



El pasado jueves 26 de abril se realizó en la sede de Avellaneda del Grupo [a]2 un cóctel en honor de Vicente Berbegal, Presidente de la firma alicantina Actiu.

D. Vicente Berbegal es el primer empresario español condecorado con el premio Empresario Europeo del Año (2017), y este año recibió el Premio Nacional de Diseño de manos de SS. MM. los Reyes de España.

Actiu, una empresa familiar con una trayectoria de 50 años en el mercado del diseño de mobiliario para espacios y colectividades tiene presencia en más de 90 mercados en el mundo, y en la Argentina la marca está disponible en forma exclusiva a través de la representación del Grupo(a)².

www.actiu.com/es



Estudio Ymaz celebró su 30 aniversario.

ESTUDIO YMAZ

Estudio Ymaz, estudio jurídico destacado en infraestructura y concesiones, cumplió 30 años de historia.

Estudio Ymaz Abogados fue fundado por Esteban R. Ymaz Cossio en 1987, tomando como mentor a su padre Esteban Ymaz, secretario y ministro constitucional de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, quién consideraba al Derecho como un sacerdocio según la frase de Ulpiano.

Desde el 2005 el Estudio es la primera y única firma argentina que ha certificado internacionalmente toda su producción jurídica bajo la Norma ISO 9001.

En su haber, Estudio Ymaz ha logrado importantes resultados para sus clientes en casos de relevancia. Algunos de ellos son: la Central Nuclear Atucha II, la continuación de las obras del arroyo Maldonado, el soterramiento del Ferrocarril Sarmiento, la concesión de autopistas en Colombia y juicios en la Corte Suprema de Justicia de la Nación.

Hoy, luego de 30 años de crecimiento ininterrumpido, Estudio Ymaz cuenta con una privilegiada organización que, junto con sus prestigiosos consultores y eficientes corresponsales, le permite brindar un servicio jurídico integral de alta calidad a sus clientes nacionales e internacionales.

www.estudioymaz.com.ar



Banco Ciudad presentó su nueva Identidad Corporativa.



Banco Ciudad, próximo a cumplir 140 años, presentó su nueva identidad visual, en el marco de los procesos de actualización constante que lleva adelante. La nueva evolución de la marca transmite los ejes de modernidad, agilidad, innovación y desarrollo tecnológico que hacen a una banca pública de excelencia, a la vez que incorpora la diversidad de su universo de clientes.

La nueva marca surgió de un proceso que llevó más de un año de análisis, investigación de mercado y trabajos de diseño junto al reconocido Estudio Fontana. El resultado es un nuevo isologotipo * con una estética más simple, moderna y preparada para el entorno digital, que tuvo su debut hoy, lunes 16 de abril, en una campaña institucional 360° inspirada en los valores de la entidad y en su slogan "Te Quiere Ver Crecer".

Al respecto, Javier Ortiz Batalla, Presidente del Banco Ciudad BCBA, expresó: "La nueva identidad corporativa del Banco Ciudad acompaña el proceso de evolución constante en el que está inmersa nuestra organización, a la vez que profundiza sus valores tradicionales enfocados en la promoción del crédito social y el desarrollo de los sectores productivos, especialmente de la pequeña y mediana empresa."

Con relación a los cambios visuales, se mantiene el ovalo pero con un nuevo diseño, a partir de la incorporación de la diagonal ascendente. "Este elemento simboliza el crecimiento, el dinamismo, la inclusión y modernidad, expresando también la solidez y confianza que la entidad ha transmitido a lo largo de su trayectoria", explicó Gustavo Cardoni, Gerente General del BCBA.

En cuanto a los colores que representan al Ciudad, el azul se mantiene como la principal señal identitaria, a la que se le suma el celeste, con la intención de reflejar una imagen más transparente y luminosa como muestra de una realidad plural y optimista.

El slogan "Te quiere ver crecer" continua como parte de la identidad del banco pero independiente del isologotipo, logrando así una presencia más destacada. "El mensaje de

esta evolución se apoya en el slogan y en nuestro territorio comunicacional: todo lo que hacemos es para verte crecer", precisó Cardoni.

Con relación al proceso de cambio, la incorporación de la nueva identidad visual será progresiva, iniciándose en el ámbito digital, publicitario y de la comunicación, para luego extenderse a la totalidad de los puntos de imagen.

La renovación de la imagen corporativa acompaña al actual proceso de expansión y desarrollo del Banco Ciudad, que se evidencia en el crecimiento de la entidad en las distintas variables, que van desde el mercado de créditos a largo plazo y la transformación tecnológica, hasta la expansión de su presencia territorial. Con relación a los créditos hipotecarios, durante el 2017, el Ciudad fue pionero en la instrumentación de financiación a 30 años y en otorgar créditos Procrear bajo la modalidad UVA, alcanzando durante dicho período un total de casi 6.000 préstamos hipotecarios. El Ciudad también innovó en el sistema con líneas en UVAs para préstamos personales todo destino y fue el primer banco en lanzar una línea de créditos en UVAs para PyMEs y para Desarrolladores inmobiliarios. En pos de brindar cada día una mejor calidad de atención a sus clientes, tanto en lo presencial como por canales digitales, presentó en 2017 la APP móvil para individuos y la primera APP para Pymes de la red link, así como una plataforma de autogestión y un chatbot de inteligencia artificial para atender la demanda de créditos hipotecarios. Para este año el Ciudad prevé una inversión en tecnología de más de 40 millones de dólares, que incluye la incorporación de más de 130 ATMs y 115 TAS. Este crecimiento en financiación y tecnología es acompañado por una estrategia de expansión de sucursales, sumando a las actuales 90 posiciones de atención, seis nuevas en 2018, incluyendo una apertura en Tucumán; y otras nueve en 2019, llegando a la provincia de Salta. Estas iniciativas se hacen posibles gracias a la sustentabilidad de la entidad que, en 2017, obtuvo ganancias por \$2.217 millones, con un crecimiento del 35% interanual casi 10 puntos porcentuales superior a la inflación del período, y que registra un sostenido incremento del ROE retorno sobre patrimonio desde un 18% en 2015, a 24,3% en 2016 y 26,6% en 2017, mejorando los rendimientos propios y la posición del banco frente al promedio del sistema financiero, producto de un mayor volumen de negocios y de una creciente eficiencia en la gestión de los recursos.

De esta manera, el Banco Ciudad continúa avanzando en su estrategia de renovación, evolución y crecimiento.

www.bancociudad.com.ar

Santander Río anuncia incorporaciones para impulsar la transformación digital y el crecimiento.



El mercado financiero se está transformando aceleradamente y estamos transitando una nueva etapa signada por el cambio tecnológico, una mayor competencia, la necesidad de lograr eficiencias y el crecimiento del ahorro, del crédito y los negocios financieros.

Santander Río quiere ser una vez más líder e impulsor de esos cambios para cumplir con su misión de contribuir al progreso de las personas y las empresas y ser cada día un mejor banco para sus clientes y para la sociedad.

En ese marco, Santander Río anuncia la designación de Sergio Lew como CEO Gerente General del Banco.

Sergio Lew tiene una amplia experiencia en banca, mercados de capitales, tesorería y análisis de riesgo. Hasta el momento se desempeñaba como responsable de mercados de crédito para Santander en Estados Unidos. Previo a ello, fue Head Global de Mercados de Capitales en Banco Santander en Madrid por dos años. Entre 2003 y 2007 fue Gerente Principal de Tesorería de Santander Río en la Argentina. Sergio tiene una Maestría en Finanzas en la UCEMA y es Contador Público egresado de la UBA. Iniciará sus funciones en Santander Río, ni bien se obtengan las autorizaciones de los reguladores.

Como CEO, Sergio Lew asumirá la gestión de una cartera de 3,6 millones de clientes entre ellos más de 300 mil pymes, empresas e instituciones y 1300 empresas corporativas, una red de 482 sucursales más los canales tradicionales y digitales.

Por otra parte y bajo la misma premisa de cambio y transformación digital, Santander Río también anuncia la incorporación de Federico Procaccini, quien tendrá la responsabilidad de identificar y desarrollar negocios digitales, como ser, market places y plataformas, entre otros proyectos innovadores. Federico oportunamente asumirá como CEO de Openbank, el banco digital del Grupo Santander que se proyecta iniciará sus operaciones el año próximo.

Federico Procaccini fue CEO de Google Argentina y se desempeñó como Gerente de Desarrollo de Negocios para MercadoPago y luego como Director General de MercadoLibre para Argentina y resto de Latinoamérica. Es graduado de Ingeniería Industrial del ITBA y en 2017 fue reconocido como CEO Innovador del año, por Apertura/Cronista y PwC.

Enrique Cristofani, que continúa como Presidente Ejecutivo y Country Head, comentó: “Vemos el futuro de Argentina con mucho optimismo. La economía está creciendo sobre bases cada vez más sólidas y sustentables en el tiempo. Sergio y Federico harán una importante contribución al crecimiento y transformación digital de Santander en Argentina”

En este contexto, Santander Río lanzó hace un año su plan de inversiones por más de \$ 20.000 millones hasta 2020, destinados a tecnología, modernización de sucursales y un nuevo edificio corporativo. En Santander Río sus más de 9000 profesionales están comprometidos con el servicio a los clientes y el futuro del país.



Sergio Lew



Federico Procaccini

www.santanderrio.com.ar

Santander Río renueva la imagen de marca para reforzar su estrategia digital.



El banco mantiene la esencia de su logo, que transmite progreso, fortaleza, confianza y cercanía, pero lo moderniza para reflejar los nuevos valores corporativos y la transformación digital.

La presidenta de Banco Santander, Ana Botín, ha presentado hoy en la junta de accionistas la nueva imagen de marca de la entidad, más moderna y adecuada a los canales digitales y el móvil, para adaptarse al nuevo entorno, transmitir mejor la nueva cultura corporativa y reforzar la estrategia de convertirse en una plataforma digital y abierta de servicios financieros, con el objetivo de alcanzar la cifra de 30 millones de clientes digitales en 2018.

El banco mantiene la esencia de la marca y sus principales activos, como el nombre, la llama y el rojo corporativo, pero la evoluciona sustancialmente con una tipografía única, propia y más estilizada. El fondo rojo se elimina, se utiliza un nuevo tono de rojo más brillante y más adaptado al entorno digital y se aumenta el uso del color blanco para aportar mayor transparencia, sencillez y visibilidad.

La renovación de la marca, realizada de la mano de Interbrand, la consultora internacional líder en diseño de marcas, se produce tras un análisis en profundidad de las opiniones surgidas en encuestas a los empleados y los clientes en todos los países del grupo. La conclusión de este proceso de escucha fue que la marca tenía que mantener su legado y esencia, pero necesitaba refrescarse.

El banco apuesta, por tanto, “por una evolución, no por una revolución”, de manera que la nueva imagen ofrezca “una mejor versión de nosotros mismos”. Así, la nueva imagen conserva los símbolos que transmiten fortaleza, solidez y confianza, pero los presenta en una versión más moderna y adaptada a los nuevos tiempos.

Esta actualización permite la convivencia durante un tiempo de la marca actual y de la antigua, de manera que el cambio será progresivo y se iniciará en el ámbito digital webs, aplicaciones móviles, redes sociales y cajeros, comunicación y publicidad. Luego se irá extendiendo a otros soportes en las sucursales, material de oficina y otros activos físicos, al ritmo que marque cada país.

La llama, que evoca el descubrimiento del fuego como símbolo de progreso y representa pasión y cercanía, está presente en el logotipo del banco desde 1986 y fue concebida para un entorno analógico, para ser expuesta en sucursales y en papel. Ahora se ajusta la llama y la tipografía para mejorar su visibilidad en internet, transmitir mejor la transformación digital del banco y competir con las grandes marcas digitales globales.

La presidenta del grupo, Ana Botín, subraya: “La marca Santander es una de las grandes fortalezas de nuestro banco, reconocida internacionalmente por la confianza y la credibilidad que transmite. Tenemos que cambiar e innovar. La marca debe evolucionar para acompañar nuestra transformación, hacerla más visible y transmitir mejor nuestra cultura”. Y añade: “Por primera vez en la historia del Grupo, unificaremos nuestra marca en todos los mercados. Esta nueva marca conecta mejor con las nuevas generaciones, es más moderna, y mejora un 20% la visibilidad en formato digital”.

www.santanderrio.com.ar

ACTIVOS»

Director
Guillermo Ambrogi

Departamento Comercial
repcion.cecra@cecra.com.ar

Fotografías:
Sergio Llamera
Pool Moncloa/Diego Crespo

Diseño Gráfico y Editorial
Natalia Mansilla

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, salvo expresa autorización del Director. Registro de la propiedad intelectual número 539142.

ACTIVOS»

PROPIETARIO: Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA). Activos es una publicación trimestral.
Av. Belgrano 863, piso 7º (C1092AAI)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Tel: +54 (11) 4335-5000
fax: +54(11) 4335-5022
repcion.cecra@cecra.com.ar
www.cecra.com.ar

CECRA:

Las expresiones de ideas de los firmantes no reflejan, necesariamente la opinión de esta publicación. Con independencia de la verificación del contenido, no se acepta la responsabilidad que pudiera derivarse de cualquier omisión, inexactitud o errata de los firmantes. No se responde por materiales no solicitados.

