

VISION

sustentable

El mapa de la

SUS TEN TA BI LI DAD ARGENTINA

Las 100 empresas que lograron integrar la mirada de triple impacto en la gestión de su negocio.



*Edición
Especial*
2024 —



Nota del Editor

En esta edición especial, en **Visión Sustentable** nos enfocamos en un tema que ha dejado de ser una tendencia temporal para convertirse en una prioridad estratégica: la integración de la sustentabilidad en los modelos de negocio. El análisis presentado en **"El Mapa de la Sustentabilidad en Argentina 2024"** revela que las principales empresas del país no solo han adoptado el concepto de triple impacto —social, ambiental y económico—, sino que lograron consolidarlo en un eje fundamental de sus operaciones.

Los resultados de esta investigación evidencian que la sustentabilidad es un eje estratégico trascendiendo cualquier visión coyuntural o superficial. Ya no se trata únicamente de un esfuerzo para mejorar la imagen corporativa; la sustentabilidad está directamente ligada a la competitividad y resiliencia empresarial en un entorno global cada vez más desafiante. Las compañías que no implementen criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) corren el riesgo de quedarse atrás, mientras que aquellas que lideran en estas áreas logran acceder a mejores condiciones de financiamiento, inversiones sostenibles y un mayor respaldo de sus consumidores.

En esta transición es el creciente compromiso con los Derechos Humanos y la diversidad e inclusión. Las empresas comprendieron que no pueden limitar su impacto positivo solo al ambiente, sino que también deben trabajar activamente en la mejora de las condiciones sociales. El 67% de las compañías relevadas ya cuenta con políticas de Derechos Humanos en sus operaciones, garantizando la equidad y el respeto. Paralelamente, un 70% implementa programas de diversidad e inclusión, promoviendo entornos laborales que valoran y respetan las diferencias.

Este enfoque integral es fundamental para que las empresas no solo cumplan con las expectativas de sus clientes y socios comerciales, sino

también para alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. Actualmente, el 75% de las empresas en Argentina están alineadas con marcos internacionales, integrando prácticas responsables en sus cadenas de valor y contribuyendo al desarrollo de un entorno más justo y equitativo.

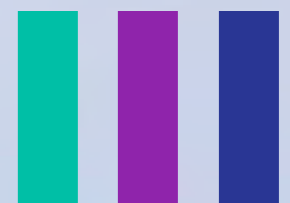
Pero ¿Por qué las empresas están avanzando tan decididamente en esta dirección? La razón principal es financiera. En un mercado donde los fondos de inversión y los consumidores son cada vez más exigentes con respecto a la transparencia y la sustentabilidad, las compañías que adoptan criterios ASG son percibidas como actores más confiables y resilientes. La integración de estos principios no solo mejora su imagen corporativa, sino que abre puertas a nuevas oportunidades de financiamiento y permite acceder a un capital que, cada vez más, se orienta hacia inversiones sostenibles.

A pesar de los avances, aún queda un largo camino por recorrer. Las compañías deben seguir trabajando en la medición de su impacto y en la transparencia de sus operaciones. Si bien el 83% de las empresas realizan revisiones periódicas para asegurar que sus prácticas se alineen con políticas de integridad, es fundamental que el monitoreo y la mejora continua se mantengan como parte de su estrategia central. Además, el 92% de las empresas invirtió en tecnologías más sostenibles, una tendencia que deberá continuar para lograr un impacto real en la reducción de su huella ambiental.

El desafío ahora es asegurar que todas estas iniciativas se traduzcan en acciones concretas que generen un impacto tangible y medible. El éxito no radica solo en adoptar políticas de sustentabilidad, sino en cómo se implementan y cómo se comunican los resultados. Las empresas que apuestan por la transparencia, que invierten en el bienestar de sus colaboradores y que fomentan la diversidad y la inclusión en sus equipos, serán las que marquen la diferencia en el mercado futuro.

Contenidos

Las 100 empresas que lograron integrar la mirada de triple impacto en la gestión de su negocio	4	MetroGAS digitaliza la atención y mejora eficiencia y sustentabilidad	64
Agenda 2030: Lo que Viene con el "Pacto por el Futuro"	26	"Dentro de la ley todo se puede conversar; fuera de la ley, nada"	66
Doble Materialidad: el arte de integrar los recursos de las empresas y la estrategia de los negocios a la sustentabilidad	30	"Aplicando IA, logramos que el recruitment sea más inclusivo e impulse la empleabilidad"	67
Nueva Era en Riesgos: El Impacto de los Criterios ASG	34	"La tecnología fue el punto de partida para la Camuzzi que hoy conocemos"	68
El verdadero desafío de las empresas en la agenda inclusiva	41	"La movilidad enfrenta el desafío urgente de reducir emisiones"	69
"Los asuntos públicos pueden enfrentar riesgos éticos"	47	"Cero Emisiones Netas para 2050: Un Objetivo de Toda la Sociedad"	70
"Los riesgos éticos son los mismos que podrían enfrentar otras compañías"	48	"La minería de bitcoin ahora es parte de nuestra solución energética sostenible"	71
"Uno de los mayores riesgos éticos en la gestión de Asuntos Públicos es el "greenwashing"	49	Avanzando hacia un Sostenible: Liderazgo y Compromiso en la Transición Energética en Argentina"	72
"La integridad es el núcleo de nuestra estrategia"	50	Transición energética: el desafío de la logística en Argentina	74
"El relacionamiento con stakeholders lleva implícito el riesgo de conflicto de intereses"	51	Impacto y reducción de emisiones	76
"La seguridad privada es una puerta de acceso a un empleo formal y de calidad"	52	La sustentabilidad en el sector vitivinícola argentino: innovación, negocios y desafíos	80
Nuevas ISO, nuevos desafíos	59	Luigi Bosca, custodios del terroir	85



LAS 100 EMPRESAS

que lograron integrar la mirada del triple impacto en la gestión de sus negocios

Por Valeria Garrone

De acuerdo con el relevamiento de Visión Sustentable, las empresas argentinas continúan en un proceso sostenido de transformación y planificación a largo plazo.

Con una agenda definida, se evidencia la consolidación de prácticas socioeconómicas clave y la maduración de diversas variables que ya forman parte integral de su gestión.

Como en todo proceso, hay compañías que se destacan por estar varios pasos adelante, marcando el camino para el resto y consolidándose como referentes en este ámbito. Los desafíos: profundizar la transparencia de sus acciones, fortalecer sus procesos de auditoría y continuar invirtiendo en el bienestar integral de sus colaboradores.

A partir del análisis realizado en esta 2da Edición de “El Mapa de la Sustentabilidad en Argentina”, podemos afirmar que las empresas argentinas continúan en un proceso constante de planificación y transformación a largo plazo. Con una agenda clara, se evidencia una consolidación en las prácticas socioeconómicas y una evolución de ciertas variables que ya forman parte estructural de su modelo de negocio. Estas variables, han dejado de ser conceptos ajenos para convertirse en pilares fundamentales de la toma de decisiones, reflejando un compromiso tangible con el desarrollo sostenible y la creación de valor para todos sus grupos.

En un contexto de emergencia ambiental y social, crisis en la ética empresarial y mayores exigencias por parte de consumidores y mercados financieros, el retorno a los accionistas se ha convertido en solo una de las múltiples dimensiones que definen el éxito de una empresa. Las organizaciones participantes del «Mapa de la Sustentabilidad en Argentina» reconocen este cambio de paradigma.

Mapa de la Sustentabilidad en Argentina

El “Mapa de la Sustentabilidad en Argentina” se enmarca en la siguiente premisa: “El compromiso de una empresa de desarrollar sus actividades de manera ética y transparente, respetando la diversidad y buscando oportunidades de negocio que favorezcan el desarrollo de capacidades de sus stakeholders (accionistas, empleados, cadena de valor, comunidad, sector público, sindicatos, entre otros). La sustentabilidad debe formar parte del ADN de la compañía, integrándose en los procesos diarios de toma de decisiones con un enfoque hacia el Desarrollo Sostenible”. Este enfoque no solo implica gestionar el presente con responsabilidad, sino también anticipar los desafíos del futuro, promoviendo un crecimiento que contempla el bienestar económico, social y ambiental en todas sus dimensiones.

El cuestionario:

Esta edición surge de una investigación llevada a cabo a nivel nacional por Visión Sustentable durante un período de cuatro meses, enfocada en grandes y medianas empresas. De un total de 150 compañías contactadas, 100 cumplieron con los criterios establecidos en el formulario y sus respuestas se encuentran reflejadas tanto en la nota central como en las diferentes secciones de este informe. De las mismas, el 90% son grandes compañías y el 10% restantes medianas empresas. Por otro lado, si bien el 75% de ellas tienen locaciones en varias zonas geográficas de Argentina la mayor concentración se encuentra en el área del AMBA (72%), seguido por la zona del Centro (70%), Cuyo (52%), Noroeste (48%), Patagonia (43%), Noreste (41%) y Litoral/ Mesopotamia (42%).

El formulario, que abarca siete secciones principales, incluye 68 preguntas en formatos variados: cerradas, abiertas y de opción múltiple. Además, las empresas tuvieron la oportunidad de aportar documentación adicional para profundizar en la información requerida. El objetivo de este relevamiento no es la creación de un ranking, sino identificar el grado de propósito implementación de estrategias de sustentabilidad integradas en la gestión empresarial en Argentina. En la última sección de este especial, se detalla el listado completo de las empresas que formaron parte del “Mapa de la Sustentabilidad en Argentina 2024”.

Este mapa no solo refleja las acciones y compromisos actuales de las compañías, sino que también ofrece una visión clara de cómo están avanzando en la integración de prácticas sostenibles dentro de sus modelos de negocio. A través de este análisis, se busca proporcionar una referencia sobre el estado de la sustentabilidad corporativa en el país, destacando los avances y las áreas donde aún existen oportunidades de mejoras.

Al incorporar estos principios en la toma de decisiones, las empresas no solo contribuyen a mitigar el impacto negativo en el entorno, sino que también fortalecen su competitividad y resiliencia a largo plazo. El verdadero reto está en transformar estos compromisos en concretos que impacten positivamente tanto en su rentabilidad como en las comunidades en las que operan, asegurando una integración efectiva del triple impacto en su modelo de negocio.

Seguimos avanzando

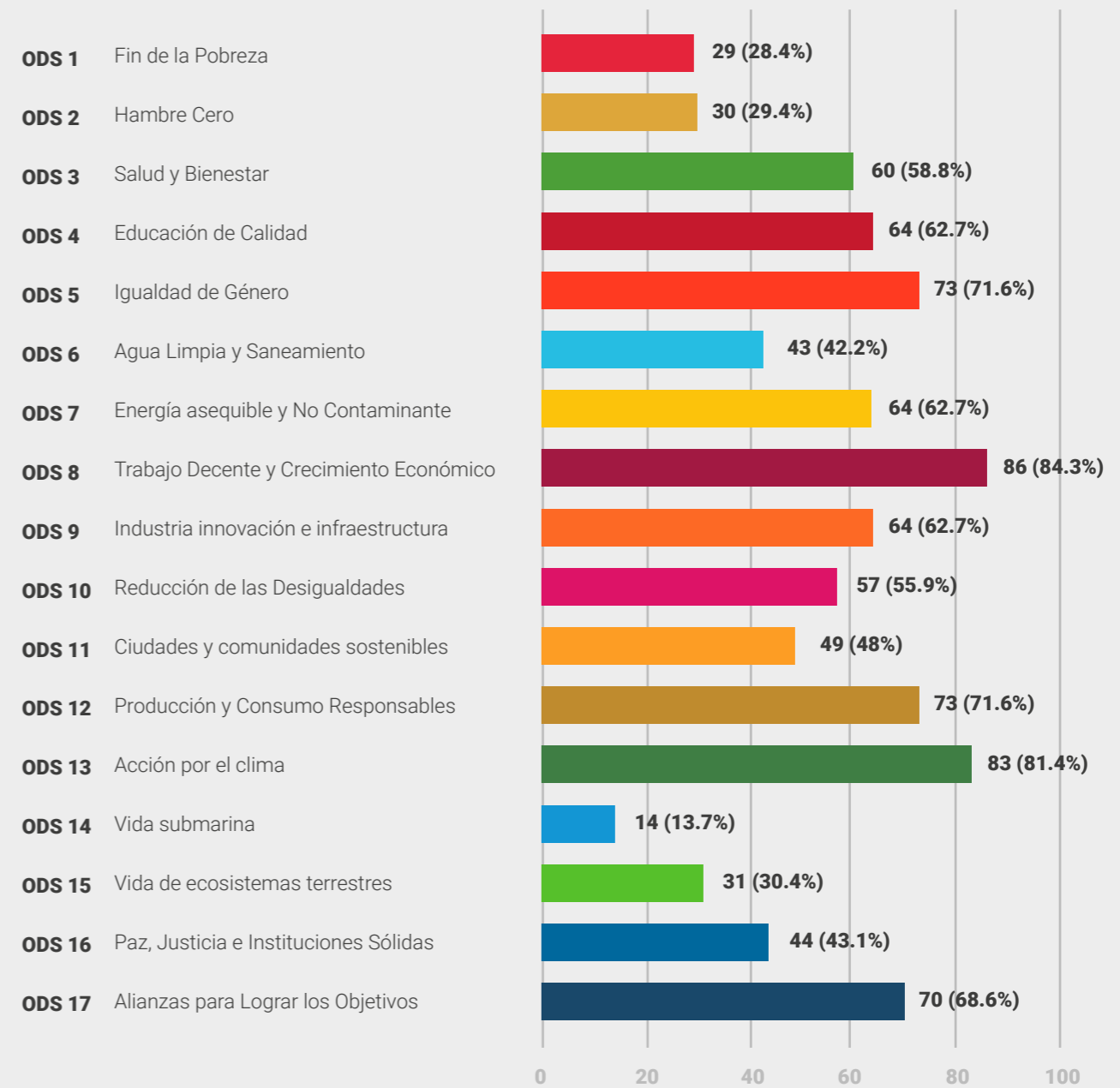
El análisis de las respuestas de las 100 empresas argentinas muestra una clara tendencia hacia la integración de la sustentabilidad como un eje estratégico en sus modelos de negocio. En primer lugar, el 91% de las compañías destacan que la sustentabilidad no es vista como una iniciativa aislada, sino que está profundamente arraigada en la cultura organizacional y las operaciones diarias, incluso el 59% a adoptado estándares ASG. Esto se refleja en empresas como **Arca Continental**, que menciona cómo la sustentabilidad está en el pensamiento y actuar de sus colaboradores y en su cadena de valor. Este enfoque sugiere que las empresas líderes en Argentina están entendiendo la sustentabilidad como una fuente de ventaja competitiva y parte fundamental de su visión corporativa. **Telefónica** también se alinea con esta visión, articulando su propósito de "Hacer el mundo más humano" mediante la digitalización centrada en las personas, subrayando el rol de la tecnología como un

facilitador clave de la sostenibilidad. De manera similar, **Coca-Cola de Argentina** ha integrado la sustentabilidad en sus operaciones, enfocándose en la mejora continua para reducir su huella ambiental y fortalecer su compromiso con la comunidad.

En segundo lugar, el 75% de estas empresas han adoptado estrategias de triple impacto, equilibrando los beneficios económicos, sociales y ambientales. **3SAPAS**, por ejemplo, combina su producción de vinos de calidad con iniciativas como la plantación de un árbol por cada botella vendida, mientras que **Grupo La Anónima** ha implementado políticas para gestionar los impactos sociales y ambientales en toda su cadena de valor. Estos esfuerzos están respaldados por marcos globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Pacto Global de Naciones Unidas, que refuerzan el compromiso de estas organizaciones con la sustentabilidad. **RUS** destaca en este aspecto al aplicar su estrategia de sustentabilidad de manera transversal en todos sus procesos, alineándola con los principios ESG (ambiental, social y de gobernanza), y utilizando herramientas como el análisis de materialidad anual para gestionar impactos y riesgos de forma integral.

Además, se observa una tendencia hacia la medición y la transparencia en la gestión de la sustentabilidad. Empresas como **ArcelorMittal** y **Pampa Energía** hacen uso de criterios ASG para evaluar su impacto y reportar resultados a sus stakeholders. Mediante el uso de tableros de control y planes de trabajo anuales, estas empresas logran identificar riesgos y oportunidades en materia de sustentabilidad, integrándolos en sus decisiones estratégicas. **Smurfit Kappa** es otra compañía que se destaca en este aspecto, al implementar la economía circular como base de su modelo de negocio, utilizando materiales reciclables y biodegradables en sus procesos. Este enfoque no solo cumple con las normativas vigentes,

¿A cuál o cuáles ODS contribuye de manera directa su estrategia de Sustentabilidad?



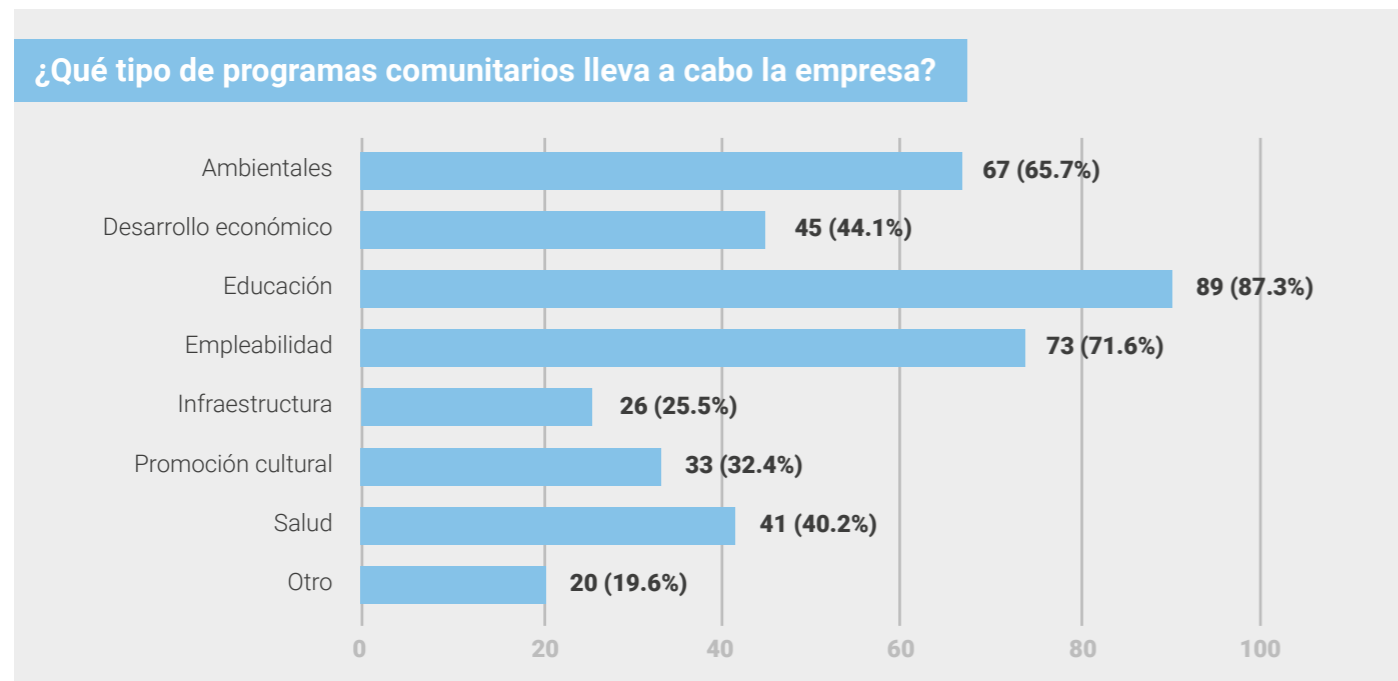
sino que también responde a las crecientes expectativas de consumidores y reguladores.

Finalmente, el 92% realizó inversiones en tecnologías o procesos más sustentables poniendo énfasis en la innovación tecnológica y los modelos de negocio sostenibles como motores de sus estrategias de sustentabilidad. **Pampa Energía**, por ejemplo, invierte en energías limpias, como la energía eólica, y en tecnología de eficiencia energética.

Tetra Pak se destaca por su innovación en envases sustentables, promoviendo el uso de materiales renovables y la reducción de residuos. Es así como, las respuestas al cuestionario "El Mapa de la Sustentabilidad en Argentina 2024" reflejan una visión madura y avanzada de la sustentabilidad, que es concebida como un pilar estratégico para el crecimiento futuro y la competitividad en el mercado global.

Ser Coherentes

Dadas las prioridades de Argentina, hay grandes temas que competen al conjunto de los sectores, tales como educación, inclusión, nutrición, ambiente y nuevas tecnologías. Y si bien el trabajo articulado con el sector público, sobre todo con gobiernos locales, estaba afianzado en la edición anterior, 91%, este año lo hace un 75% mientras que un 83% los implementa junto al tercer sector y un 17% los implementa de manera individual.



La estrategia de sustentabilidad de la empresa está diseñada para garantizar que sus prácticas sean coherentes con su estrategia general, su industria y los sectores donde opera, lo que se logra a través de un riguroso sistema de medición y monitoreo de indicadores. Estos indicadores, tanto de resultado como de gestión, permiten evaluar el impacto de las acciones en las dimensiones ambiental, social y económica.

Por ejemplo, **Holcim**, líder mundial en el sector de la construcción, establece una sólida base de indicadores que aseguran la coherencia con su estrategia de descarbonización y construcción circular. Los indicadores de **gestión**, como la cantidad de material reciclado y la reducción de residuos, marcan su liderazgo en la industria, mientras que los indicadores de **resultado**, como la reducción de emisiones de carbono y el uso eficiente de recursos naturales, aseguran que las acciones estén alineadas con los objetivos de la compañía y del sector.

Otro ejemplo relevante es el de **Grupo Libertad**, que ha sido reconocido con el "Award of Excellence in Energy Management" por su compromiso con la eficiencia energética. Aquí, los indicadores de **resultado** incluyen la reducción del gasto energético, mientras que los de **gestión** monitorean la implementación de programas de mejora continua, como el uso de energía limpia y la adopción de tecnologías eficientes.

Estrategia Global: Integración de Indicadores y Objetivos Comunes

La estrategia de sustentabilidad de la empresa está diseñada para garantizar que sus prácticas sean coherentes con su estrategia general, su industria y los sectores donde opera, lo que se logra a través de un riguroso sistema de medición y monitoreo de indicadores. Estos indicadores, tanto de resultado como de gestión, permiten evaluar el impacto de las acciones en las dimensiones ambiental, social y económica.

A partir de las respuestas obtenidas, el 70% de las compañías utiliza indicadores de gestión y resultados mientras que 17,5% solo de resultados y el 12% solo de gestión.

Tomando como ejemplo el caso de **Mondelez**, su estrategia de sustentabilidad se articula en cuatro pilares fundamentales: Ingredientes, Clima, Packaging y Social. Estos pilares no solo responden a metas locales, sino que se alinean con objetivos globales como el compromiso de **Cero emisiones netas de carbono para 2050** y el programa **Cocoa Life**, que busca asegurar prácticas agrícolas sostenibles al 100% en todas sus marcas de chocolate. Este enfoque coordinado permite a Mondelez avanzar de manera homogénea en todas sus unidades de negocio, lo cual asegura un impacto coherente a nivel global y regional.

Telecom Argentina, por su parte, asegura que sus prácticas sean coherentes con su estrategia ambiental y tecnológica mediante indicadores que miden la eficiencia energética en sus operaciones y la economía circular. Estos indicadores de **gestión** evalúan la adopción de energías más limpias y la extensión del ciclo de vida de los dispositivos electrónicos. A nivel de **resultado**, el impacto se refleja en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la implementación de soluciones tecnológicas sostenibles.

En todos estos casos, las empresas se alinean con estándares internacionales como los de la Global Reporting Initiative (GRI) y el Pacto Global de las Naciones Unidas, y revisan periódicamente sus estrategias mediante análisis de materialidad. Estos marcos permiten garantizar que los indicadores reflejen tanto la gestión como los resultados con relación a las expectativas del mercado, los grupos de interés y las metas globales de sustentabilidad.

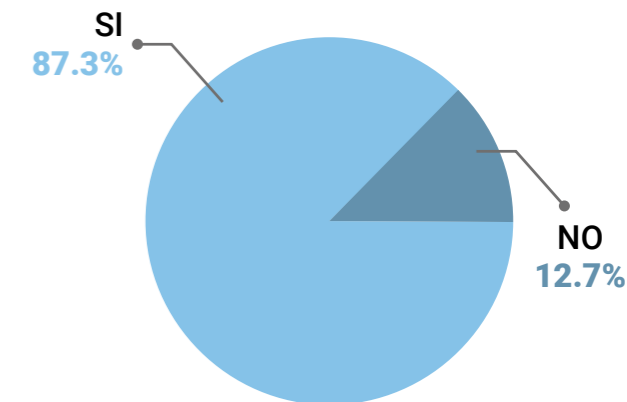
Otro ejemplo destacado es el de **Ledesma**, que ha consolidado su compromiso a través de un Comité de Sustentabilidad integrado por su

CEO y directivos de cada área corporativa. Este comité realiza un seguimiento del plan anual de sustentabilidad y presenta resultados ante el directorio de la compañía.

Además, compañías como **Manantiales** han establecido métricas específicas relacionadas con el desarrollo urbano, infraestructura verde, movilidad, y metabolismo urbano, basados en los indicadores de certificación LEED. Esto refleja un enfoque detallado en la sustentabilidad dentro del desarrollo inmobiliario.

Hacia una gobernanza corporativa más transparente y ética

¿Cuenta con políticas y procedimientos para prevenir y gestionar conflictos de interés entre los miembros de la junta directiva?



En el mundo corporativo, la prevención y gestión de **conflictos de interés** se ha convertido en una pieza fundamental para garantizar la transparencia, la integridad y la sustentabilidad. El hecho de que el **91% de las empresas** cuenten con políticas formales para gestionar estas situaciones revela un consenso creciente sobre la importancia de abordar este desafío ético. Sin embargo, aunque la mayoría de las empresas, -93% cuentan con una Política de Integridad que incluye medidas para

prevenir y detectar conductas indebidas, como el fraude, el soborno y la corrupción implementan medidas preventivas, el alcance, la profundidad y la efectividad de dichas políticas varían significativamente entre ellas. A continuación, se realiza un análisis general comparativo, destacando las mejores prácticas y áreas de mejora.

Políticas robustas y sofisticadas: un enfoque integral

Las empresas más avanzadas no solo se limitan a implementar **Códigos de Conducta**, sino que también han desarrollado estructuras complejas para abordar los conflictos de interés desde múltiples perspectivas. Por ejemplo, **Telefónica Móviles Argentina**, **Alea** y **Grupo Arcor** se destacan por sus **políticas integrales**, que incluyen procedimientos específicos para prevenir conflictos, tanto dentro de la empresa como en su cadena de valor. Este enfoque no solo gestiona los conflictos internos, sino que también extiende la transparencia a proveedores y socios estratégicos, algo que muchas otras compañías no contemplan.

De manera similar, **Iveco Group** ha establecido un procedimiento exhaustivo en el que los empleados deben declarar sus potenciales conflictos ante un equipo de **Recursos Humanos, Legal y Compliance**, lo que asegura un proceso transversal y documentado.

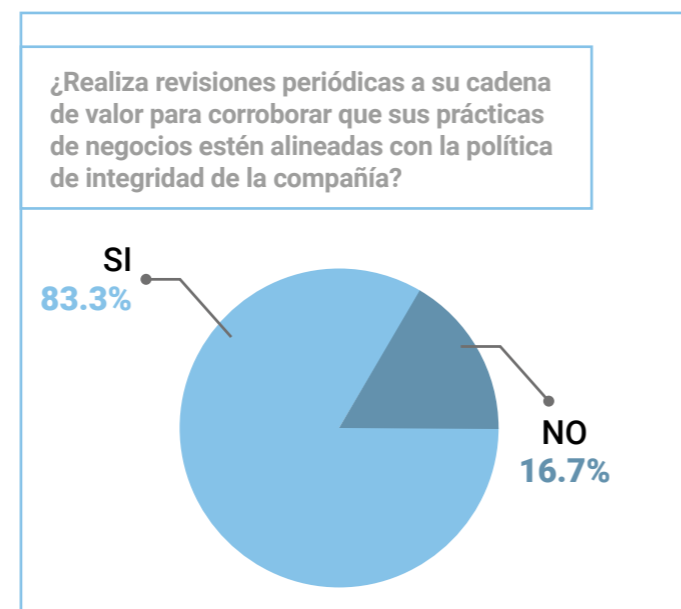
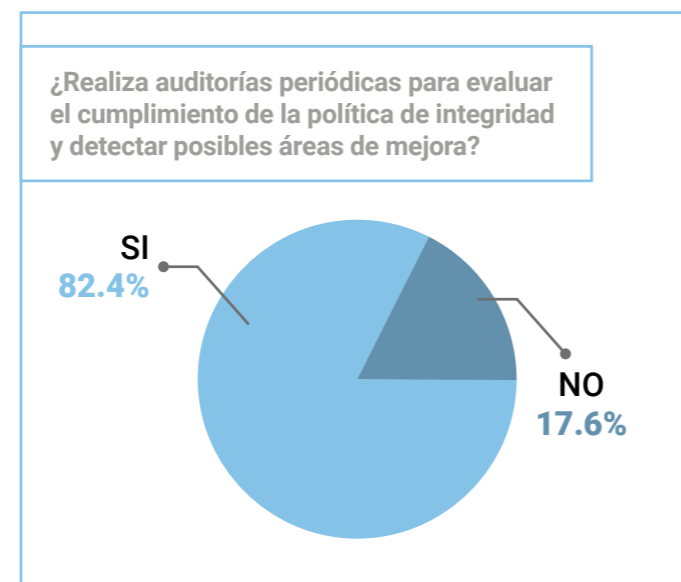
Este enfoque, que va más allá de una simple declaración anual, involucra un análisis profundo y formalizado, asegurando que las decisiones se tomen de manera imparcial y adecuada.

En comparación, empresas con estructuras menos sofisticadas, si bien también cuentan con mecanismos de prevención, tienden a delegar el control a niveles jerárquicos internos más reducidos o simplemente a la declaración voluntaria, como es el caso de algunas empresas del sector energético. Si bien son procedimientos adecuados, pueden carecer de

la complejidad y los controles múltiples de las políticas más avanzadas.

Comités especializados: mayor control y transparencia

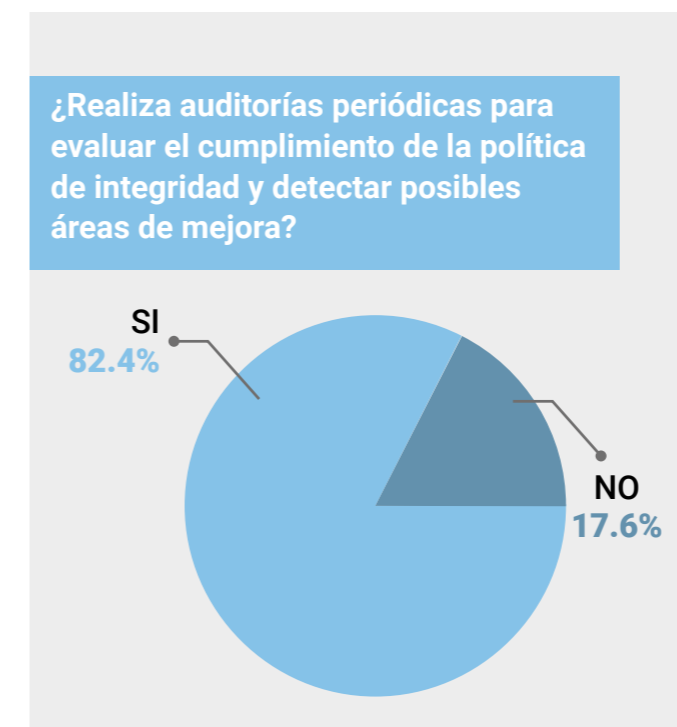
Otro diferenciador clave es la presencia de **comités especializados** para la evaluación de conflictos de interés. Empresas como **Syngenta**, **Camuzzi**, y **MetroGAS** han creado **Comités de Auditoría** o **Comités de Ética** que tienen el rol explícito de supervisar las decisiones que puedan estar comprometidas por un conflicto de intereses. Estos comités no solo sirven para gestionar los conflictos internos, sino que también **informan al mercado** sobre las operaciones en las que pudieran existir dichos conflictos, mostrando un compromiso total con la **transparencia**.



Este enfoque es superior a los métodos más tradicionales donde la gestión del conflicto queda en manos del directorio o del equipo de liderazgo. Al tener comités específicos con la tarea de monitorear, analizar y recomendar acciones, se asegura una **imparcialidad** mayor y una **distribución de la responsabilidad**, lo que reduce el riesgo de decisiones contaminadas por intereses personales.

Alea, por ejemplo, es una de las pocas empresas que complementa esta estructura con un **entrenamiento continuo** en ética y prevención de delitos, una práctica avanzada que refuerza la cultura corporativa y empodera a los empleados para actuar conforme a las políticas internas.

El Comité de Ética de Renault Argentina está impulsado por la **Dirección de Ética Central de Renault Group**, lo que asegura que las mejores prácticas y políticas éticas a nivel global se implementen en sus operaciones locales, creando un entorno robusto para la prevención y gestión de conflictos de interés. En contraste, empresas con procedimientos más simples, aunque efectivos, como **Coca-Cola**, se apoyan más en la **divulgación obligatoria** de los conflictos sin necesariamente desarrollar comités tan robustos o específicos.



Transparencia en las decisiones: abstención y reporte público

Un mecanismo común entre las empresas mejor gestionadas es la **abstención** de votar o participar en decisiones que involucren un conflicto. Este principio, adoptado por **Syngenta** y otros líderes de la industria como **MetroGAS**, asegura que las decisiones no se vean influenciadas por intereses particulares. Esta medida no solo protege la **imparcialidad** del proceso, sino que también refuerza la **confianza de los accionistas** y otras partes interesadas en la gobernanza de la empresa.

En el caso de empresas con políticas menos detalladas, si bien la abstención también es una norma aplicada, la falta de un **proceso de divulgación pública** en muchas de ellas debilita el impacto que estas políticas podrían tener en la percepción de transparencia hacia el exterior. Aquí es donde algunas empresas como **Grupo Arcor** o **Iveco Group** toman una ventaja notable al comunicar claramente sus procedimientos y decisiones en caso de conflicto, lo que proporciona un mayor grado de seguridad tanto interna como externa.

Evaluaciones periódicas y mejoras continuas

Un aspecto que diferencia a las empresas más maduras en términos de **gobernanza corporativa** es la integración de evaluaciones periódicas de sus políticas y estructuras. **Alea** y **DHL**, por ejemplo, implementan **encuestas de opinión y auditorías** internas anuales que permiten evaluar la efectividad de sus comités y políticas, así como ajustar las normativas según sea necesario. Estas evaluaciones son un mecanismo crítico para identificar **debilidades estructurales** o áreas en las que los empleados puedan no estar actuando conforme a las expectativas éticas de la empresa.

Por otro lado, algunas empresas no incluyen auditorías o revisiones periódicas formales, lo que podría representar un **riesgo** en términos de la actualización de políticas o la identificación temprana de posibles conflictos no gestionados. La evaluación constante no solo refuerza la **conformidad** con las políticas internas, sino que también promueve una **cultura de mejora continua**, garantizando que los estándares no se debiliten con el tiempo.

Diferenciadores: innovación y triple impacto

En términos de innovación, **Torneos y Banco Patagonia** se destacan por imponer restricciones adicionales a sus empleados, como la prohibición de prestar servicios a empresas competidoras o asesorar externamente a proveedores. Este tipo de restricciones no solo son preventivas, sino que también reflejan un enfoque hacia la **ética comercial** más amplio, garantizando que los empleados no se vean tentados a actuar en contra de los intereses de la compañía.

Otro diferenciador es la visión de **triple impacto** en la estrategia corporativa de algunas empresas como **GDN Argentina**, donde la política de conflictos de interés está alineada con un enfoque de largo plazo que incluye consideraciones sociales, económicas y ambientales. Esta integración del **triple impacto** comienza a ser común entre todas las empresas y se posiciona como un avance hacia un enfoque de gobernanza más moderno y orientado a la sostenibilidad.

Análisis del Cumplimiento y Mejora Continua en Auditorías Corporativas de Integridad

En un panorama corporativo global cada vez más comprometido con la ética y el cumplimiento, el 82% de las empresas encuestadas revelan que realizan auditorías

periódicas para evaluar el cumplimiento de sus políticas de integridad y detectar áreas de mejora. Estas prácticas han dejado de ser meramente preventivas para convertirse en un pilar estratégico que no solo asegura el cumplimiento normativo, sino que también fortalece la cultura organizacional y mejora la transparencia.

Un análisis detallado de las respuestas proporcionadas por diversas compañías revela que las auditorías internas y externas son herramientas clave para garantizar el cumplimiento de los principios éticos y empresariales. Algunas empresas destacan por su enfoque sistemático y su compromiso con la mejora continua. Un caso es **YPF Luz**, que cuenta con una matriz de gestión de riesgos y controles digitalizada, garantizando la actualización y mejora continua de sus procedimientos. La digitalización de sus procesos no solo permite una mayor eficiencia, sino también una agilidad para detectar desvíos potenciales y corregirlos de manera oportuna.

Otro caso es **Telecom Argentina**, que ha implementado un programa de integridad sólido basado en los valores y la cultura organizacional. Su Dirección de Compliance, dependiente de la Chief Audit & Compliance Office (CA&CO), asegura una revisión exhaustiva y continua de los riesgos, evaluando antecedentes de proveedores y analizando las declaraciones juradas de los colaboradores. Además, su enfoque en los conflictos de interés refleja un compromiso con la transparencia y la minimización de impactos negativos en la compañía.

Mercado Libre también se distingue por su Programa de Gestión de Riesgos Anticorrupción de Terceras Partes, que mitiga riesgos asociados a posibles actos de corrupción mediante procesos de debida diligencia, entrenamientos anticorrupción

y monitoreo constante. Este enfoque proactivo les permite estar un paso adelante en la identificación de riesgos y en la implementación de medidas correctivas.

En el ámbito de la auditoría externa, **Cirion** se destaca por realizar encuestas de participación que permiten a sus colaboradores ofrecer feedback sobre el cumplimiento del Código de Conducta y políticas corporativas. Este enfoque bidireccional refuerza la transparencia y garantiza que las auditorías sean más que una revisión técnica, convirtiéndose en una herramienta para la gestión del cambio y la mejora organizacional.

Estos ejemplos muestran que, aunque la realización de auditorías es una práctica generalizada, las compañías que integran la mejora continua y la retroalimentación como parte de sus auditorías internas y externas se diferencian del resto. Este enfoque no solo fortalece su reputación, sino que también les permite anticiparse a los desafíos éticos y normativos, manteniendo un alto estándar de integridad en todas sus operaciones.

Monitoreo y Control en la Cadena de Valor

Una de las claves para garantizar la transparencia y el cumplimiento dentro de la cadena de valor es realizar revisiones periódicas que aseguren que las prácticas de negocio estén alineadas con la política de integridad de la empresa. Según el análisis realizado, el 83% de las organizaciones encuestadas implementa estos controles de manera sistemática, lo que indica una creciente conciencia sobre la importancia de fortalecer la gobernanza corporativa y mitigar riesgos reputacionales y operacionales.

Por ejemplo, **Grupo Arcor**, líder en el sector alimenticio, ha implementado un sistema robusto de auditorías periódicas que no solo monitorea a sus proveedores, sino que también

revisa los procesos internos para garantizar el cumplimiento con sus estándares de ética y sustentabilidad. De manera similar, **Grupo Techint**, en el sector industrial, cuenta con un riguroso programa de control que revisa continuamente la conducta de su cadena de suministro, enfocándose en el cumplimiento de políticas de seguridad y medio ambiente.

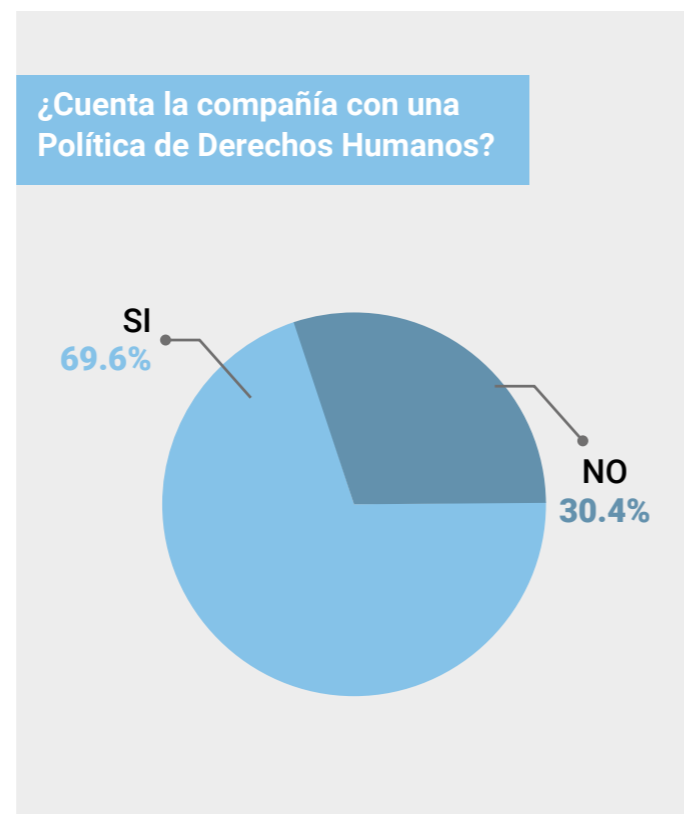
En el caso de **Toyota Argentina**, la compañía implementa auditorías internas y externas regulares, enfocadas en evaluar tanto el desempeño ambiental como el cumplimiento ético de sus proveedores. Además, utiliza herramientas tecnológicas avanzadas para rastrear el origen de los materiales y monitorear en tiempo real el impacto de sus procesos. Estas revisiones incluyen la verificación de prácticas laborales, cumplimiento de normativas de calidad y estándares ambientales, lo que asegura una alineación con su política de integridad corporativa.

Aunque muchas empresas realizaron avances importantes en áreas como la ética, la diversidad y la inclusión, la falta de una política específica de derechos humanos en un porcentaje considerable de organizaciones exponen la vulnerabilidad de estos a riesgos reputacionales.

Diversidad

El Estado de los Derechos Humanos en las Empresas: Un Análisis de Tendencias y Gestión

En un contexto empresarial donde la conciencia sobre los derechos humanos está en constante evolución, la investigación revela que solo el 70% de las compañías encuestadas cuenta con una política formal sobre esta temática. Este dato pone de relieve un desafío persistente: la necesidad de integrar principios de derechos humanos en el núcleo de la estrategia empresarial. Aunque muchas empresas han hecho avances importantes en áreas como la ética, la diversidad y la inclusión, la falta de una política específica de derechos humanos en un porcentaje considerable de organizaciones exponen la vulnerabilidad de estos a riesgos reputacionales. Sólo el 60% cuenta con una política formal.



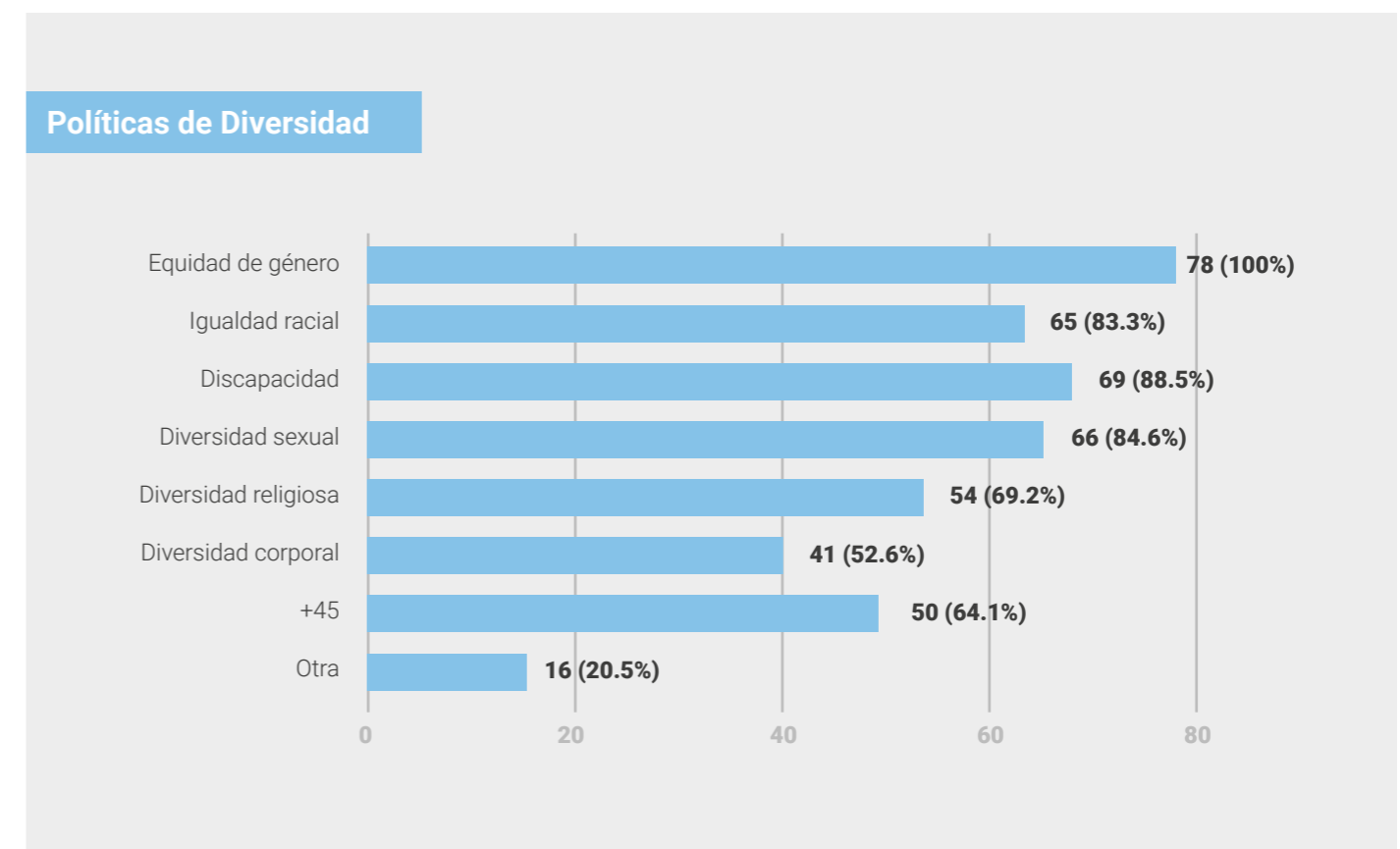
Un compromiso fragmentado

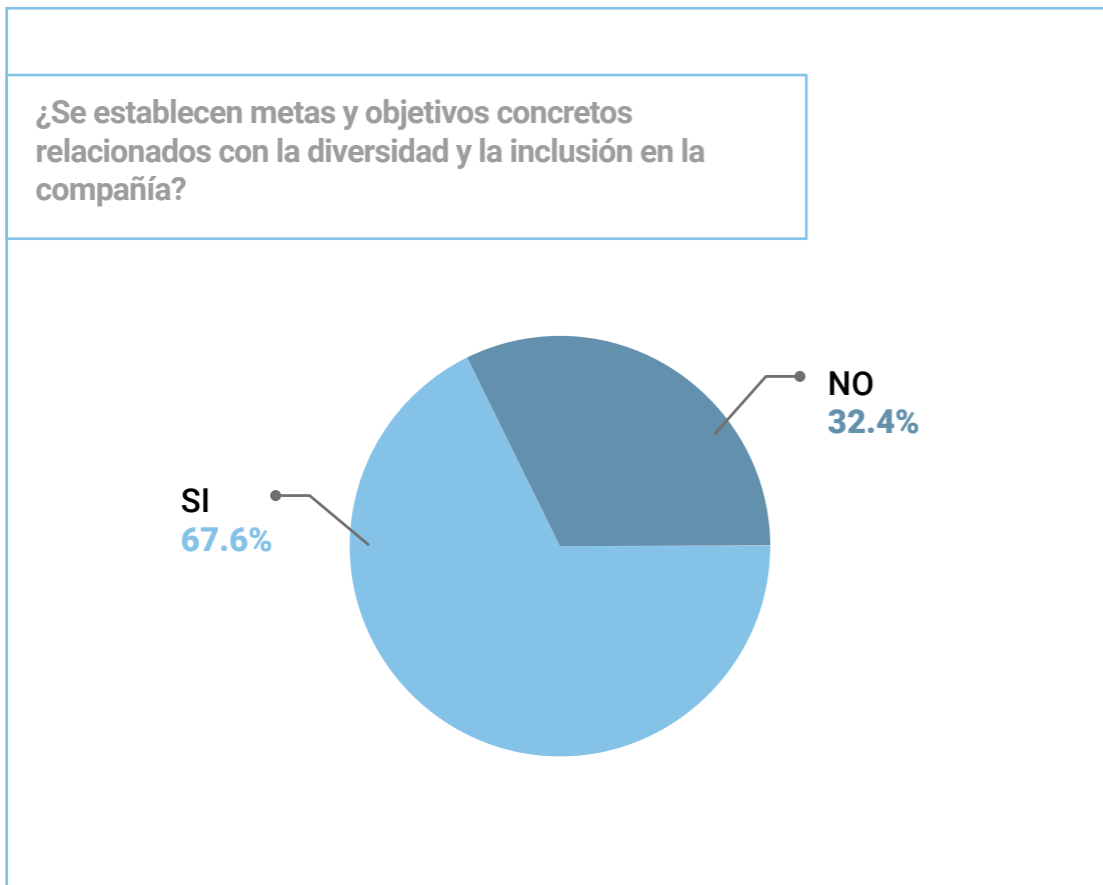
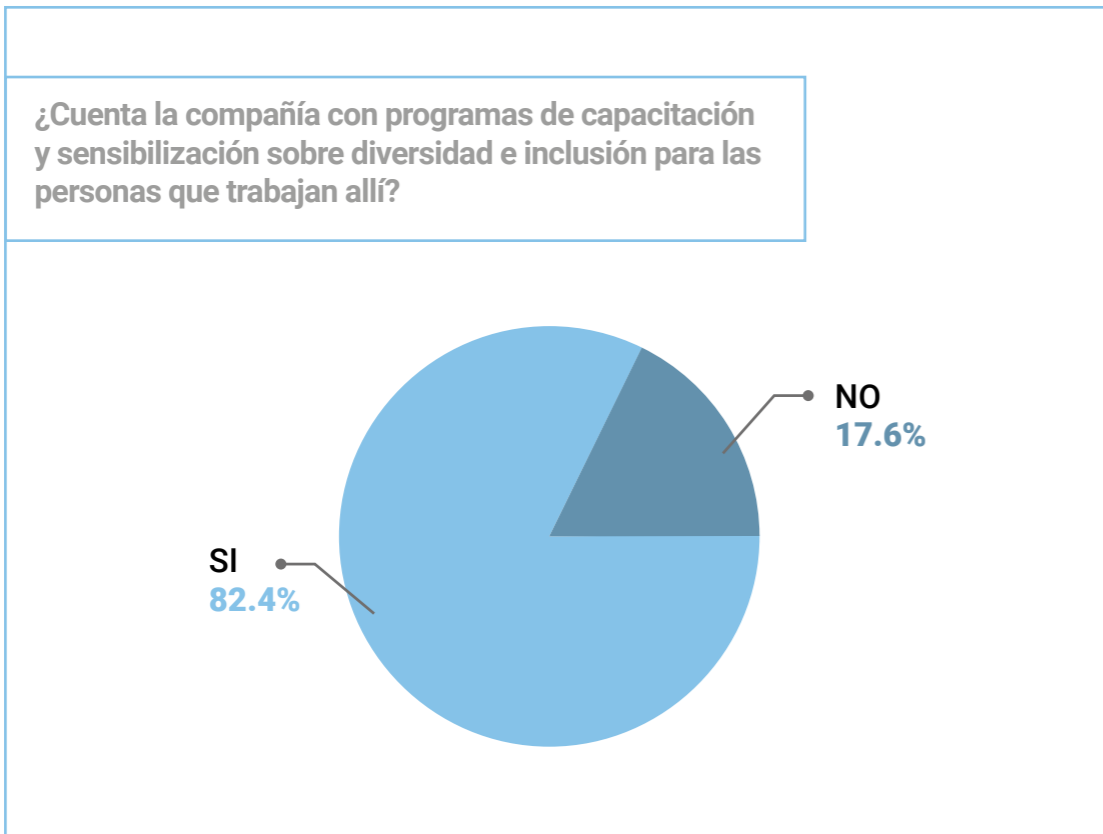
Las iniciativas de formación y desarrollo, como la **Escuela de Líderes Carrefour**, reflejan un esfuerzo notable por parte de las empresas para fortalecer las capacidades de sus colaboradores en áreas críticas como el liderazgo, la diversidad y la inclusión. Sin embargo, la ausencia de una política específica sobre derechos humanos en algunas de estas organizaciones plantea interrogantes sobre la efectividad de dichas iniciativas.

Si bien diversas empresas, como **Accenture** y

Novartis, han adoptado marcos de acción que incluyen el respeto a los derechos humanos, el 40% dependen de Códigos de Ética general. Esto se traduce en un enfoque reactivo en lugar de proactivo.

Las empresas también implementan sistemas de monitoreo y evaluación para garantizar el cumplimiento de sus políticas de derechos humanos. Por ejemplo, **BBVA** ha evaluado sus planes de acción en derechos humanos y ha demostrado un alto grado de cumplimiento en sus iniciativas.





Enfoque en la Inclusión y Diversidad

El compromiso con la diversidad y la inclusión se destaca en las políticas de diversidad del 73,5% de las compañías participantes, que promueven un ambiente laboral sin discriminación, respetando las diferencias de origen, género, religión y otros aspectos. Esta cultura inclusiva se acompaña de medidas preventivas contra el acoso y de promoción de relaciones basadas en la confianza.

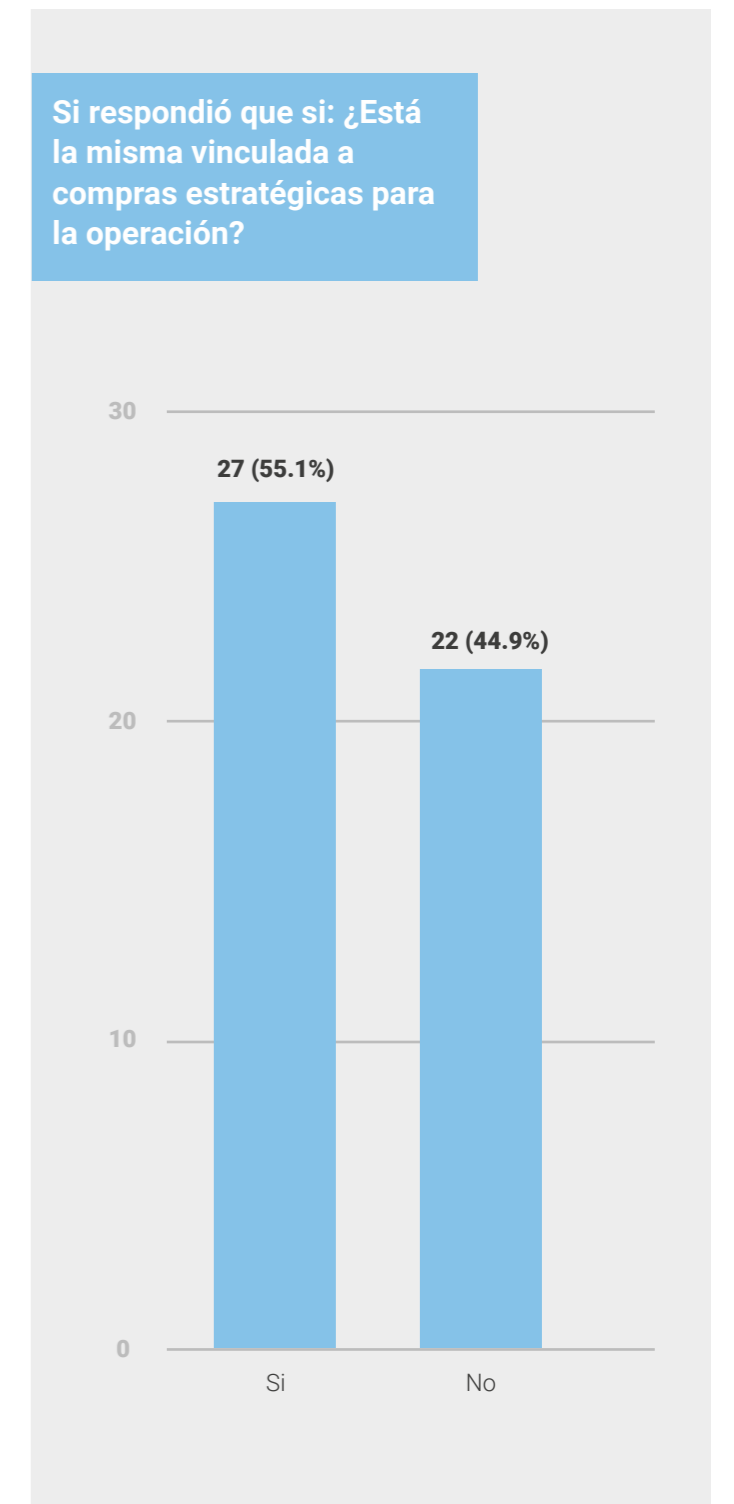
Cervecería y Maltería Quilmes lleva más de 8 años implementando un Programa de Diversidad, Equidad e Inclusión, asegurando igualdad de oportunidades para todo su personal. Este programa se centra en cinco pilares fundamentales: Género, LGBTQI+, Discapacidad, Edad y un pilar Social, y está respaldado por un Comité de Autenticidad liderado por su Presidente y otros directivos. Además, se han formado Grupos de Recursos para Empleados, que involucran a 128 participantes de 12 áreas diferentes de la empresa.

En los últimos años, las empresas argentinas han intensificado sus esfuerzos en diversidad e inclusión, estableciendo metas ambiciosas. De las compañías participantes 68% fijó metas y objetivos concretos relacionados con la diversidad y la inclusión en su organización. Entre ellas, se destaca el objetivo de alcanzar entre el 25% y el 30% de mujeres en posiciones de liderazgo para 2030. Además, se han comprometido a duplicar la representación de personas con discapacidad en sus plantillas laborales. Estas iniciativas reflejan un cambio significativo hacia un entorno laboral más equitativo, donde se busca no solo aumentar la diversidad de género, sino también incluir grupos históricamente marginados.

Integración en la Cadena de Suministro

El compromiso con los derechos humanos se extiende a la cadena de suministro, donde las empresas exigen a sus proveedores que

adopten prácticas responsables. Este enfoque asegura que todas las partes involucradas en la cadena de valor operen bajo los mismos estándares éticos, promoviendo el respeto por los derechos laborales y la dignidad humana. Asimismo, el 65% cuenta con una política de compras inclusivas y el 55% realiza compras estratégicas vinculadas a la operación.



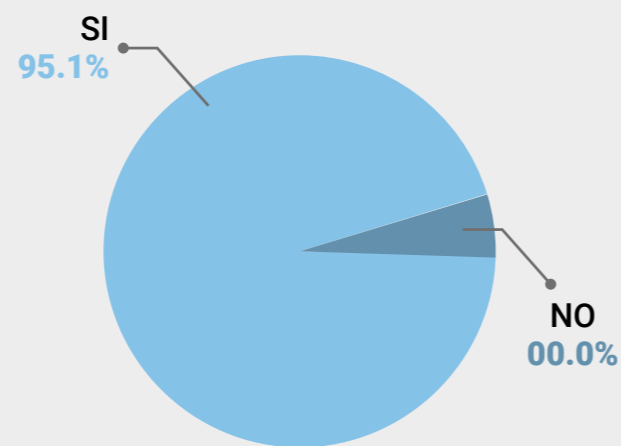
Ambiente Y Seguridad

En lo que hace a salud y seguridad el 96% de las compañías cuenta con un sistema de gestión integral. El grado de implementación de los sistemas de gestión de salud, seguridad y medio ambiente es alto, con un enfoque claro en la prevención de riesgos, la capacitación continua y la auditoría interna. Aunque varias empresas han migrado a ISO 45001, OHSAS 18001 todavía se menciona como una norma implementada en el pasado y que continúa vigente en algunas áreas en proceso de actualización.

A su vez, los sistemas de gestión implementados en la mayoría de las empresas cuentan con la estructura organizativa adecuada, como comités mixtos de seguridad y salud laboral, que permiten evaluar periódicamente las condiciones laborales y promover mejoras continuas. Las auditorías internas y externas también permiten identificar y mitigar riesgos, asegurando el cumplimiento de las normativas legales y estándares internacionales.

Más allá de los logros alcanzados, el desafío pasa hoy por continuar expandiendo sus programas de formación, especialmente en temas emergentes como el cansancio laboral, la salud mental y la prevención de enfermedades vinculadas al trabajo y ampliar el uso de auditorías internas para asegurar el cumplimiento uniforme de las políticas adoptadas en todas las plantas y operaciones. Por ejemplo, Toyota Argentina gestiona sus sistemas de seguridad mediante auditorías tanto internas como externas, además de contar con los Comités Mixtos de Seguridad. A su vez, en **Unipar** la participación activa de los colaboradores se asegura mediante los Comités Internos de Salud y Seguridad, encargados de evaluar riesgos y proponer mejoras.

¿Se llevan a cabo inspecciones regulares para verificar el cumplimiento de las normas de salud y seguridad en el trabajo?



Huella

La medición de la huella ambiental es una herramienta esencial para que las empresas identifiquen sus principales fuentes de impacto, especialmente en términos de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), uso de recursos como agua y energía, y generación de residuos. De esta manera lo entienden el 84% de las compañías que respondieron la encuesta. En este contexto, se destaca la adopción del **Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol)** como el estándar más utilizado para cuantificar y gestionar las emisiones de carbono en los **alcances 1, 2 y 3**, permitiendo una evaluación integral que abarca tanto las operaciones directas como la cadena de suministro. A su vez, el 80% de las compañías consultadas suman también otras certificaciones como las ISO 14064, 14.001 y 5001, Science Based Targets initiative (SBTi),

Clean CO2 y **Carbon Neutral Plus**, mencionado por algunas empresas para la compensación de emisiones a través de proyectos de bonos de carbono.

Entre las compañías que son líderes en medición y compensación de su huella está **Nestlé**, que mide la cantidad de agua regenerada en sus plantas para mejorar la sostenibilidad en el uso de recursos hídricos; **GM Argentina** trabaja para reducir la huella de carbono en los materiales de sus vehículos, enfocándose en el reciclaje y la economía circular para disminuir su dependencia de recursos no renovables; **Mastellone**, a través de su programa "Tambo Sustentable", logró importantes mejoras, como la reducción del 3,29% en el consumo energético y del 7,3% en el consumo de agua, lo que permitió avanzar hacia sus objetivos de sostenibilidad; **Toyota Argentina**, en línea con su *Desafío Ambiental 2050*, utiliza energía eléctrica 100% renovable, autogenerada en parte por paneles solares. Además, la automotriz implementa el "Programa Ecodealer" para guiar la gestión ambiental de sus concesionarios hacia una operación más sustentable, logrando que muchos de ellos ya utilicen energía renovable.

Prosegur realiza mediciones periódicas de su huella de carbono, apoyándose en su herramienta *Green Connection* para mejorar la trazabilidad y control de los datos ambientales. Además, cuantifica las emisiones directas e indirectas de GEI utilizando metodologías y protocolos internacionales reconocidos como el *IPCC*.

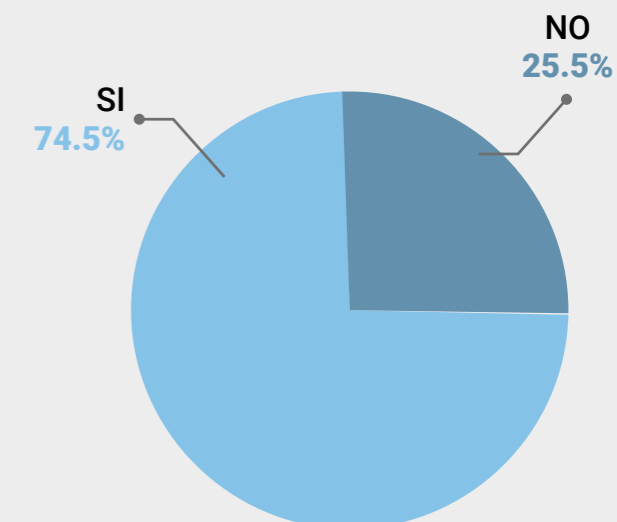
Otro ejemplo es **BBVA Argentina** que desde 2020 es neutro en emisiones propias y, en 2021, se unió a la Net Zero Banking Alliance, comprometiéndose a ser neutro en emisiones de carbono para 2050, incluidas las de clientes y proveedores. En 2023, movilizó AR\$ 44.038

millones para eficiencia energética, energías renovables, movilidad sustentable, agricultura sostenible y economía circular.

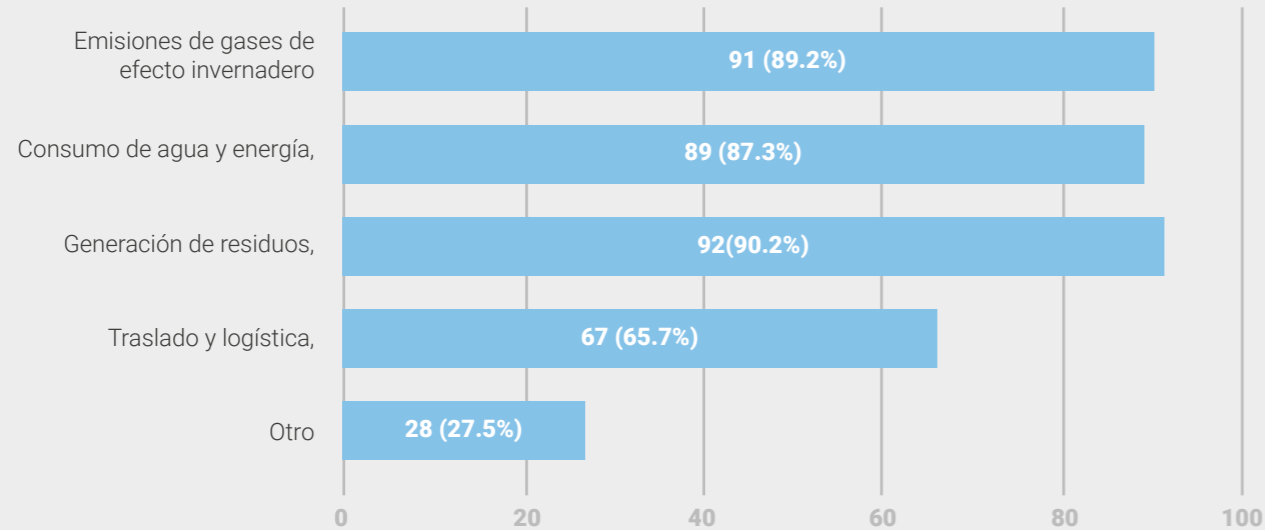
Por su parte el **Grupo Galicia**, que ha alineado sus esfuerzos con las metas globales de cero emisiones para 2050. A través de un enfoque integral que incluye combustibles, energía, materiales, gestión de residuos y movilidad, el grupo gestiona sus emisiones a través de indicadores de su **Sistema de Gestión Ambiental**.

La práctica de compensación es otro pilar para aquellas emisiones que no pueden ser eliminadas completamente. Empresas como **Genneia** lideran iniciativas de compensación de carbono mediante la compra de **bonos verdes**. A través de adquisiciones escalonadas, logró evitar la emisión de millones de toneladas de CO2 desde 2016, siendo una de las mayores empresas en compensación en Latinoamérica.

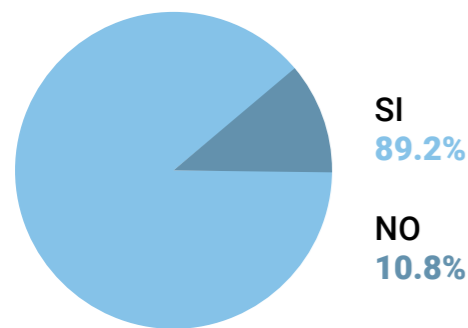
¿Tiene establecidos objetivos de reducción de su huella ambiental?



¿Qué tipo de impactos ambientales considera la empresa en sus mediciones?



¿Ha realizado inversiones en tecnologías o procesos más sustentables?



de los distintos canales de comunicación interna como una manera de sumar a su colaborador en los desafíos ambientales que se ha fijado.

Tendencias y Desafíos en la Implementación de Programas de Inversión Social Privada: Un Análisis de Casos en Argentina

La inversión social privada ha tomado un rol central en la estrategia de sustentabilidad de las grandes empresas en Argentina. Más que acciones filantrópicas aisladas, hoy el 98% de las compañías que participaron del "Mapa de la Sustentabilidad 2024" buscan vincular sus iniciativas de impacto social con su **core business**, generando proyectos de largo plazo que potencien el desarrollo de las comunidades y refuercen sus valores corporativos. Sin embargo, los desafíos no son menores: lograr una implementación eficaz, con participación de los grupos de interés y un impacto tangible, requiere una planificación estratégica y un diálogo constante con sus comunidades.

Un ejemplo claro de la tendencia de alinear el core del negocio a la inversión social es el programa **Instalaciones Solidarias de MetroGAS**, donde la empresa, a través

Análisis sobre Sensibilización y Educación Ambiental en Empresas

Otro ítem a destacar es que las compañías argentinas están adoptando un enfoque cada vez más proactivo hacia la sensibilización y educación ambiental de sus colaboradores. Hoy el 97% de las compañías participantes realiza algún tipo de actividad que busca promover la responsabilidad ambiental de su público interno. De esta manera el 45% realiza tanto capacitaciones obligatorias como voluntarias; el 30% lleva la temática del cuidado ambiental a sus acciones de Voluntariado mientras que el 10% suma acciones que impacten en organizaciones sociales ambientales. Solo un 15% sensibiliza a través

de su experiencia en distribución de gas, brinda instalaciones seguras y eficientes en instituciones de bien público, como comedores y centros comunitarios y el programa de **Pan American Energy (PAE) Creciendo Juntos**, que busca fortalecer las capacidades de **PyMEs y emprendedores locales**. A través de capacitaciones técnicas y mentorías, PAE no solo impulsa el desarrollo económico en las regiones donde opera, sino que también crea una red de proveedores más sólida, beneficiando a ambas partes.

Desafíos de Implementación: Dialogar con la Comunidad

El diálogo y la colaboración con las comunidades locales son esenciales para asegurar la eficacia de los programas de inversión social. A partir del análisis surge que más del 33% de las empresas enfrentan el reto de diseñar proyectos que realmente atiendan las necesidades locales, involucrando a las personas desde las etapas iniciales de planificación.

En este sentido, **TGS** y **TGN** también han sido pioneras en el involucramiento de sus comunidades a través de programas de responsabilidad social orientados a mejorar la infraestructura y educación local. TGS ha desarrollado iniciativas que buscan mejorar el acceso a servicios esenciales en comunidades rurales, mientras que TGN ha enfocado sus esfuerzos en la **educación técnica** para jóvenes, preparando a las futuras generaciones para los desafíos del mercado laboral en áreas críticas como la energía y la infraestructura.

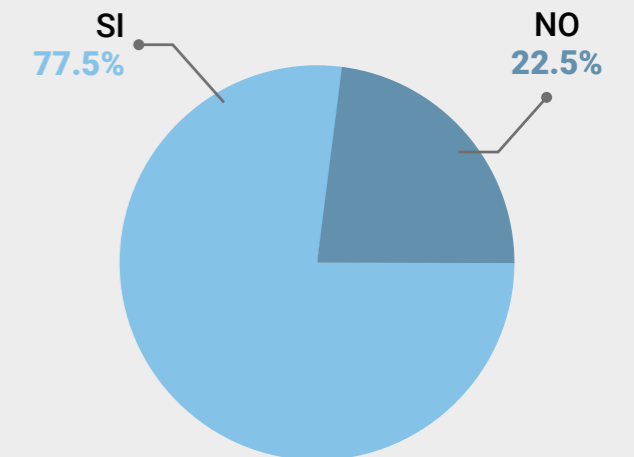
Voluntariado Corporativo: Movilizando el Capital Humano

El **voluntariado corporativo** es una de las herramientas más efectivas para movilizar el capital humano de una empresa en favor de la comunidad. **YPF Luz** implementa su programa de Voluntariado a partir de la participación de sus colaboradores en iniciativas relacionadas

con el acceso a energía en comunidades rurales. Mediante talleres educativos y proyectos comunitarios buscan mejorar la calidad de vida en zonas con infraestructura energética limitada, alineando sus acciones con la misión de la compañía.

De manera similar, el programa **Clubes de Pie** de **BBVA** fomenta la participación de empleados en actividades de voluntariado, ayudando a mejorar las condiciones de clubes deportivos en zonas vulnerables. Este enfoque permite a las empresas ir más allá de la simple donación de recursos, creando un vínculo directo entre sus colaboradores y los beneficiarios de los proyectos.

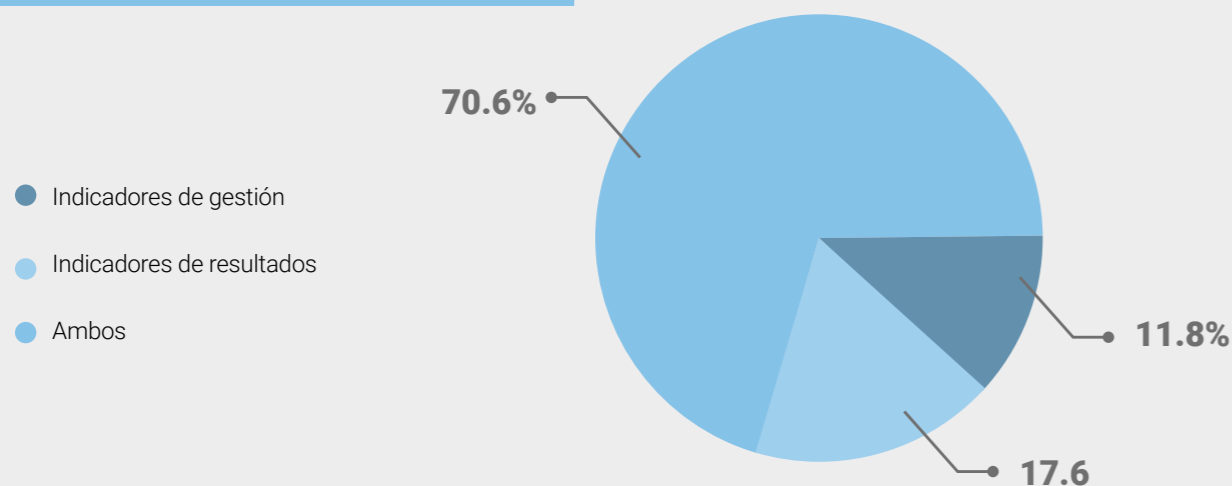
¿Está vinculado el Voluntariado Corporativo a los ejes de sus programas ambiental?



Medición de Impacto y Transparencia: Clave para la Sostenibilidad

Una de las mayores tendencias actuales es la **medición de impacto** y la **transparencia en la comunicación de resultados**. Según un estudio reciente, el **83% de las empresas en Argentina** realiza revisiones periódicas para corroborar que sus prácticas de negocios estén alineadas con la política de integridad de la compañía. Por otro lado, el 100% de las empresas cuentan con

¿A partir de qué indicadores mide el impacto de sus programas?



algún tipo de herramienta de medición que permiten evaluar el impacto de sus iniciativas sociales a largo plazo, y ajustarlas cuando sea necesario. Este enfoque basado en datos y resultados no solo asegura la sostenibilidad de los proyectos, sino que también permite a las empresas comunicar de manera más efectiva sus logros y desafíos ante sus grupos de interés.

El **voluntariado corporativo**, la **medición del impacto** y el **diálogo continuo** son componentes críticos para enfrentar los desafíos que presenta la implementación de programas de inversión social. Las empresas que logren abordar estas áreas con éxito estarán mejor posicionadas para crear valor compartido tanto para sus negocios como para las comunidades donde operan.

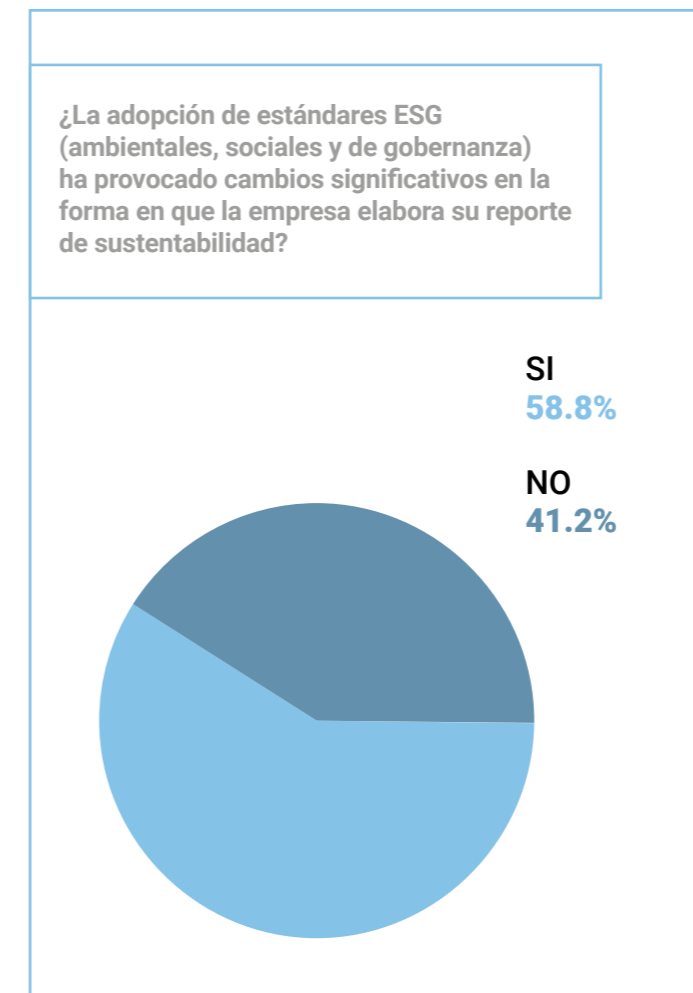
El desafío que queda de cara al futuro será mantener estos programas adaptables y alineados con las necesidades cambiantes de las comunidades, y a las realidades de cada zona del país, asegurando que los proyectos no solo respondan a problemas inmediatos, sino que también contribuyan al desarrollo de largo plazo.

Nuevos desafíos a la hora de Reportar

El reporte de sustentabilidad es una herramienta esencial para que las empresas comuniquen su desempeño ambiental, social y de gobernanza a los diferentes grupos de interés. Este proceso no se trata solo de documentar logros, sino también de establecer objetivos y medir el progreso hacia la sostenibilidad. Así lo entiende el 79.5%, -el 38% cuenta con verificación externa y el 36% está auditado- de las compañías encuestadas.



Asimismo, para el 59% la adopción de criterios ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) ha provocado cambios significativos en la forma en que la empresa elabora su reporte de sustentabilidad, tanto en términos de estructura como de contenido.



Uno de los principales impactos de la adopción de estos criterios ha sido el fortalecimiento de la **gestión de riesgos**. Al identificar riesgos ASG clave, las empresas pueden anticipar y mitigar posibles impactos negativos en su negocio, desde el punto de vista financiero, legal y reputacional. Además, las métricas ASG han permitido una evaluación más precisa y detallada del desempeño, lo que facilita la **identificación de oportunidades**, como la innovación en productos sostenibles y la mejora de la eficiencia operativa.

Otro cambio significativo ha sido la **mejora de la transparencia y la rendición de cuentas**. Las empresas ahora no solo informan sobre

sus resultados financieros, sino que también proporcionan datos detallados sobre su impacto ambiental y social, integrando la sostenibilidad de manera más visible en su narrativa corporativa. La adopción de los criterios ASG ha generado reportes más estructurados y comparables, lo que ha facilitado la comunicación con los inversores y demás partes interesadas.

Algunas organizaciones han señalado que el análisis de materialidad ha sido crucial para priorizar temas relevantes en sus reportes, enfocándose en los temas más críticos para el negocio y sus partes interesadas. Este enfoque ha llevado a una mayor participación de las partes interesadas, fortaleciendo las relaciones con estos grupos y mejorando el diálogo sobre sostenibilidad.

Finalmente, varias empresas, como **Andreani, Telecom, Banco Galicia, BBVA Argentina, entre otras**, han incorporado el **reporte integrado**, que consolida tanto la información financiera como no financiera en un único documento, uniendo los informes de sostenibilidad con los financieros bajo marcos de referencia como el del Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC). Esta integración ha permitido a las empresas presentar una visión más completa de su impacto y desempeño.

En resumen, la adopción de los estándares ASG no solo ha transformado la forma de reporte, sino que también ha impulsado mejoras en la gestión estratégica de la sostenibilidad, permitiendo una mayor alineación con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y una mayor claridad en la medición y comunicación de los avances hacia una economía sostenible.

Grandes logros, grandes desafíos

La 2da Edición del “Mapa de la Sustentabilidad en Argentina” ofrece una visión clara del progreso que las empresas argentinas lograron en la adopción de prácticas sustentables, consolidándose como un pilar estratégico relevante. Según los resultados, el 91% de las organizaciones encuestadas integró la sustentabilidad como un eje central en sus estrategias corporativas, lo que demuestra una creciente conciencia sobre la necesidad de modelos de negocios sostenibles que impulsen un impacto positivo en lo económico, social y ambiental en el largo plazo. La incorporación de marcos internacionales, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Pacto Global de Naciones Unidas, refuerza la legitimidad y el alcance global de estas iniciativas, y un 75% de las empresas alineó con estos estándares. Esto refleja un compromiso firme con la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible, que no solo mejora la competitividad en el mercado, sino que también contribuye a la construcción de una reputación sólida y confiable.

El compromiso con la sustentabilidad no solo se convirtió en políticas empresariales, sino también en acciones concretas, como lo refleja el hecho de que un 92% de las empresas invirtió en tecnologías y procesos que no solo reducen su huella ambiental, sino que también optimizan la eficiencia operativa. La medición del impacto es una prioridad, y la transparencia en la comunicación de resultados es fundamental para mantener la confianza de los inversores, clientes y otros grupos de interés.

Sin embargo, el camino hacia la sostenibilidad integral presenta desafíos. Aún es necesario mejorar el alcance y la consistencia de las auditorías internas y externas, de modo que las empresas puedan asegurar un cumplimiento uniforme y riguroso de los estándares y compromisos que han adoptado. Además, es crucial ampliar los programas de capacitación, especialmente en áreas emergentes como la salud mental y la prevención de enfermedades profesionales, que están ganando protagonismo en la agenda global de sustentabilidad empresarial.

Por otro lado, las empresas argentinas están avanzando de manera decidida hacia modelos de negocio más responsables y sostenibles. Sin embargo, para consolidar estos avances y seguir compitiendo en un mercado global cada vez más exigente, será fundamental que las organizaciones profundicen en la transparencia de sus acciones, fortalezcan sus procesos de auditoría y continúen invirtiendo en el bienestar integral de sus colaboradores. Las empresas que logren integrarse de manera efectiva estas dimensiones estarán mejor posicionadas para enfrentar los desafíos del futuro. ■■■

#1GW RENOVABLES

Alcanzamos 1004 MW (1 GW) de potencia renovable. Un hito sin precedentes en Argentina.

Invertimos más de 1.200 millones de dólares entre 2016 y 2023.

Somos pioneros en finanzas sostenibles. Emitimos bonos verdes por USD 700 millones en 2 años.

Somos el mayor emisor de bonos de carbono y lideramos el mercado MATER, de grandes empresas.

Lideramos el mercado con el 19% de la capacidad instalada.

Somos el pilar que descarboniza la matriz energética argentina.

The logo for GENEIA, featuring the word "GENEIA" in a stylized, lowercase font. The letters "G", "E", "N", and "I" are in blue, while "E", "A", and "I" are in green. The logo is positioned at the bottom right of the page, above a collage of images showing wind turbines and solar panels.



Agenda 2030: Lo que Viene con el “Pacto por el Futuro”

El “Pacto por el Futuro” se perfila como una de las propuestas más ambiciosas impulsadas por las Naciones Unidas para reforzar la sostenibilidad, la equidad y la justicia social al mismo tiempo que abre oportunidades clave para las empresas que buscan adaptarse a un entorno global en rápida transformación. Sin embargo, algunos críticos advierten sobre la falta de medidas concretas y el riesgo de que sea solo una promesa más.

El “Pacto por el Futuro” es una propuesta clave que las Naciones Unidas están impulsando para dar continuidad a la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuya implementación ha dejado lecciones importantes, pero también desafíos sin resolver. Este nuevo acuerdo no solo busca reforzar el multilateralismo, sino que también propone una visión de largo plazo que aborda temas críticos como la sostenibilidad, la

justicia social y el uso de nuevas tecnologías. Para las empresas, esta iniciativa es una oportunidad para fortalecer su compromiso con el desarrollo sostenible y adaptarse a un escenario global en constante transformación, donde las demandas regulatorias, las expectativas de los consumidores y los desafíos ambientales están evolucionando rápidamente. La capacidad de anticipar estos cambios y alinearse con los objetivos del Pacto

permitirá a las compañías posicionarse de manera más competitiva.

La sostenibilidad como eje central

El Pacto por el Futuro tiene entre sus pilares fundamentales la crisis climática. El nuevo pacto propone acelerar la transición hacia economías bajas en carbono, lo que representa tanto un reto como una oportunidad para las empresas. Aquellas que inviertan en innovación tecnológica para reducir su huella de carbono y adopten modelos de negocio más sostenibles tendrán una ventaja competitiva. Además, el pacto prevé un marco regulatorio más claro para incentivar el financiamiento de proyectos de sostenibilidad, algo que las empresas pueden aprovechar para acceder a recursos que impulsen sus iniciativas verdes y mejorar su perfil corporativo.

Reducción de desigualdades y equidad

Otro aspecto destacado del Pacto por el Futuro es su enfoque en la reducción de desigualdades, un objetivo que busca cerrar las brechas económicas y sociales que

afectan a diversas comunidades. Iniciativas como salarios justos, la promoción de la diversidad e inclusión y el acceso equitativo a oportunidades laborales son esenciales para construir un futuro más justo. Las empresas que implementen prácticas responsables y éticas no solo contribuirán a un cambio positivo en la sociedad, sino que también fortalecerán su reputación y su conexión con los consumidores, quienes valoran cada vez más la responsabilidad social empresarial.

Gobernanza global y la estabilidad del entorno empresarial

La paz y la estabilidad global también son áreas prioritarias del Pacto por el Futuro. Las empresas dependen de entornos estables y predecibles para operar con eficacia, por lo que el fortalecimiento de la gobernanza internacional y la resolución de conflictos son aspectos que pueden influir directamente en el éxito de sus negocios. El pacto aboga por reforzar la cooperación entre naciones y mejorar las estructuras de gobernanza global, lo que puede traducirse en un entorno más

seguro y estable para las inversiones y el comercio internacional. Además, propone un marco para la resolución pacífica de conflictos y la prevención de crisis, elementos que benefician directamente a las empresas que operan en mercados emergentes o en regiones afectadas por la inestabilidad política.

Transformación digital y el uso ético de la tecnología

El avance tecnológico, si bien es un motor de crecimiento económico, también plantea retos éticos y sociales que el Pacto por el Futuro busca abordar. La transformación digital es uno de los pilares del acuerdo, con un llamado a utilizar la tecnología de manera responsable y equitativa. Para las empresas, esto implica el desarrollo de productos y servicios tecnológicos que no solo generan beneficios económicos, sino que también promueven el bienestar social y respetan los derechos



humanos. Asimismo, resalta la importancia de la inteligencia artificial (IA) y su regulación, un área que las empresas tecnológicas deberán considerar con mayor atención. A medida que la IA sigue transformando sectores enteros, el Pacto por el Futuro plantea la necesidad de un enfoque ético en su desarrollo y uso, garantizando que los avances tecnológicos no contribuyan a la desigualdad ni perjudiquen a las comunidades más vulnerables.

Oportunidades para las empresas

El Pacto por el Futuro no solo busca resolver los desafíos que quedaron pendientes en la Agenda 2030, sino que también presenta una hoja de ruta clara para las empresas que desean alinearse con los objetivos globales de sostenibilidad, equidad y progreso tecnológico.

1. **Financiamiento verde:** Acceder a fondos internacionales para proyectos sostenibles, facilitando la implementación de iniciativas ambientales.
2. **Innovación tecnológica:** Aprovechar los avances tecnológicos para mejorar la eficiencia y reducir el impacto ambiental, integrando soluciones más limpias en sus procesos.
3. **Diversidad e inclusión:** Implementar políticas que fomenten la equidad, promoviendo un ambiente laboral inclusivo que refleje la diversidad de la sociedad.
4. **Responsabilidad social:** Reforzar el compromiso social de las empresas, colaborando con comunidades y apoyando proyectos que contribuyan al desarrollo local.
5. **Cumplimiento normativo:** Alinear las operaciones con las nuevas regulaciones y estándares internacionales, minimizando riesgos legales y mejorando la confianza de los inversores.

Críticas y preocupaciones

La Unión Europea (UE) jugará un papel fundamental en las negociaciones del “Pacto por el Futuro”. Su liderazgo en sostenibilidad,

junto con su capacidad para definir estándares y movilizar financiamiento, será crucial. Sin embargo, el “Pacto por el Futuro” no está exento de críticas. Algunos retractoros señalan la falta de acciones concretas y un marco claro para la implementación, temiendo que el pacto se quede en simples promesas sin resultados tangibles. También existe preocupación por

la dependencia de la voluntad política de los gobiernos, especialmente en países en desarrollo que podrían no tener los recursos necesarios para cumplir con los objetivos establecidos. Además, hay temor a que las regulaciones impuestas puedan limitar la competitividad de las empresas y generar desigualdades en su implementación.

La posición de Argentina

Argentina ha adoptado una postura cautelosa respecto al “Pacto por el Futuro”. Es importante señalar que el pacto NO es un acuerdo multilateral jurídicamente vinculante, a diferencia de los Acuerdos Multilaterales Ambientales (AMUMAS) como el Acuerdo de París. Esto significa que se presenta como una plataforma de perfil declarativo y voluntario, lo que plantea preguntas sobre su efectividad y compromiso real.

Desde el Consejo Empresario Argentino por el Desarrollo Sostenible (CEADS) se elaboró un documento que gira en torno a tres preguntas claves sobre la posición de Argentina:

1. ¿La Agenda 2030 se ha extendido a 2045?

- **Respuesta: FALSO.**
La Agenda 2030 sigue vigente con su mismo plazo, y el Pacto por el Futuro es una nueva iniciativa que amplía el enfoque más allá de la sostenibilidad. El Pacto reafirma la importancia de la Agenda 2030, pero no modifica su marco temporal.

2. ¿No adherir al pacto implica renunciar a compromisos ambientales?

- **Respuesta: FALSO.**
El pacto no genera nuevos compromisos. No adherir al Pacto no implica renunciar a los compromisos ya asumidos, ya que se trata de una plataforma de consenso que reafirma compromisos existentes y no crea nuevas obligaciones vinculantes.

3. ¿Qué consecuencias tiene la no adhesión?

- **Respuesta: DEPENDE.**
Formalmente, no adherir significa que Argentina quedaría fuera de las negociaciones del pacto, limitando su capacidad de influir en su desarrollo. Sin embargo, no afectará su estatus en otros acuerdos multilaterales y puede mantener su compromiso con AMUMAS y otros acuerdos vinculantes.

En resumen, aunque Argentina decida no adherir al “Pacto por el Futuro”, mantendrá sus compromisos previos en materia ambiental y social, aunque puede perder la oportunidad de influir en la arquitectura institucional de esta nueva iniciativa.

Doble Materialidad: el arte de integrar los recursos de las empresas y la estrategia de los negocios a la sostenibilidad



Por Maria Eugenia Bellazzi,
Socia de Sustenia

En la actualidad, las empresas enfrentan un imperativo claro: integrar la sostenibilidad en sus operaciones y comunicaciones. Ya no se trata de hablar de un programa aislado o un producto particular, o el trabajo de un área determinada; es el momento de integrar la sostenibilidad al ADN de las organizaciones, pensar distinto al momento de gestionar un negocio.

Los empresarios deberíamos preguntarnos: ¿Cuál es el fin de la compañía en la cual trabajo? ¿Cuál es mi propósito? ¿Dónde debo apuntar mis recursos para generar un impacto genuino y positivo en la sociedad, y al mismo tiempo hacer crecer mi empresa?

Estas preguntas, y otras que surgen al momento de incorporar el concepto de sustentabilidad o sostenibilidad en las organizaciones, se responden con la “doble materialidad”. Es por eso que este análisis lo toman los principales lineamientos y estándares internacionales: los Estándares de la Global Reporting Initiative (GRI) o los Estándares del Sustainability Accounting Standards Board (SASB); organizaciones y mesas de trabajo – Value Reporting Foundation (VRF), la Junta de Normas de Divulgación Climática (CDSB), la Task Force on Climate-

Related Financial Disclosures (TCFD)–; y también la nueva normativa de divulgación no financiera: las Normas Europeas de Información de Sostenibilidad (NEIS), y las Normas Requerimientos generales sobre Sostenibilidad (NIIF S1) y sobre Clima (NIIF S2).

Para entender su importancia, es clave comprender que el concepto de ASG (ambiental, social y de gobernanza), de triple impacto o la idea de la contribución de las empresas al desarrollo sostenible abordan múltiples agendas sociales y ambientales para las cuales se demanda al sector privado una activa participación. Sin embargo, entendiendo los recursos limitados de las empresas y la importancia de destinar eficientemente esos recursos para el logro de objetivos de negocio y optimización de los impactos, las organizaciones deben decidir qué agenda, tema, o aspecto deben

trabajar en su gestión de negocios. Sería utópico pensar que todas las empresas pueden contribuir a todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, por ejemplo.

Es por eso es imperioso que cada empresa, antes de delinear su estrategia de negocios con una mirada en la sostenibilidad, pueda seleccionar aquellos temas en los cuales considere que su contribución va a ser más significativa y relevante. Este ejercicio se denomina la “MATERIALIDAD DE IMPACTO”. Es un proceso en el cual las compañías, en base al contexto en el cual operan, el perfil de sus grupos de interés, los sectores productivos en donde se encuentra y un análisis profundo del entorno y su negocio; seleccionan aquellas agendas económicas, sociales, ambientales y de gobernanza en las cuales sus actividades tienen un mayor impacto que puede ser positivo o negativo, real o potencial. Esta selección permite a las empresas focalizar sus recursos y fortalezas para acompañar de forma óptima el desarrollo de las comunidades y la preservación del planeta.

Ahora bien, a la “materialidad de impactos” que las empresas vienen haciendo desde hace algunos años, guiadas principalmente por los Estándares GRI, se suma un nuevo análisis que es la “MATERIALIDAD FINANCIERA”. Esta fue introducida por la normativa europea y ya están presente en las normas NIIF de sostenibilidad. Su inicio radica en la teoría de que las empresas hacían un estudio parcial de impactos, ya que no tenían en cuenta las consecuencias de dichas agendas ambientales y sociales en su propio negocio y en sus finanzas. De esta forma, la normativa de divulgación no financiera complementa el ejercicio de materialidad que se viene realizando hace un tiempo, con un análisis de los riesgos y oportunidades que trae el

desarrollo sostenible y el contexto actual en los negocios. Este análisis fue demandado por los inversores, accionistas y el mercado de capitales ante las dificultades reputacionales, comerciales y operacionales que tuvieron grandes empresas debido a situaciones de derechos humanos, licencia para operar, crisis climáticas, aspectos de ética, transparencia y corrupción.

Así, la importancia de este enfoque no se limita solo a cumplir con regulaciones más estrictas; responde a una demanda creciente de transparencia por parte de inversores, consumidores y reguladores. Los inversores buscan información clara sobre los riesgos y oportunidades ASG, mientras que los consumidores prefieren apoyar empresas éticas y sostenibles. Por otro lado, las autoridades regulatorias están estableciendo estándares para asegurar una divulgación completa y responsable.

Por lo tanto, la materialidad de impactos y la financiera forman el **concepto de “doble materialidad”, en donde el análisis tiene dos vías: las consecuencias del contexto en el negocio, y las consecuencias del negocio en el contexto.**

Su implementación enfrenta desafíos significativos. La identificación precisa de impactos relevantes, la recopilación de datos confiables, el conocimiento profundo de sus grupos de interés, el involucramiento de las áreas clave y el gobierno corporativo para la toma de decisiones, y la integración de la materialidad en la estrategia corporativa son retos complejos que requieren compromiso y recursos adecuados. A pesar de ello, según el último informe de “Reporting Matters 2023” del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) ya el 55% de los

informes consultados reportaron el ejercicio de doble materialidad.

Las áreas clave involucradas en este análisis incluyen sostenibilidad, finanzas, legales, riesgos y operaciones, cada una desempeñando un papel fundamental en la evaluación de los impactos ASG y financieros de la empresa. Ellas tienen que analizar en detalle cada paso del proceso, y además superar la resistencia al cambio y adaptar prácticas empresariales esenciales para una adopción efectiva de los resultados que provea la doble materialidad.

Es en este caso cuando se evidencian mejoras en el desempeño financiero hasta el fortalecimiento de la reputación de marca. Además, las organizaciones que adoptan prácticas robustas de sostenibilidad están bien posicionadas para generar valor a largo plazo y responder efectivamente a las demandas actuales. Según un estudio realizado por MSCI ESG Research, las empresas con calificaciones ASG más altas tienen costos financieros más bajos, tanto en los mercados de acciones como de deuda; incluso después de tener en cuenta el mercado interno, el sector y la calidad crediticia.

En resumen, en un contexto regulatorio cada vez más estricto, los inversionistas, consumidores y reguladores están aumentando su

demanda de información clara y detallada sobre los impactos ASG de las empresas. Además de estas demandas, la doble materialidad tiene un beneficio puertas adentro: permite ordenar las prioridades del negocio, los recursos de las empresas y el trabajo de las áreas para optimizar sus impactos y resultados, previniendo posibles riesgos y encontrando oportunidades en el mercado.

De esta forma, la transparencia mejorada y la reputación reforzada son factores clave que influyen en la preferencia de los consumidores y en las decisiones de inversión; y al mismo tiempo se integran consideraciones de sostenibilidad en todas las etapas de su cadena productiva para fortalecer la posición competitiva y asegurar un desempeño empresarial sostenible a largo plazo.

No es más que estar mejor preparados para enfrentar los retos del futuro, mientras generan valor significativo para la propia empresa, la sociedad y el ambiente.

BBVA

Creando Oportunidades



En BBVA
hacemos
que las cosas
sucedan

Creamos **Talleres de Educación Financiera** para diferentes edades con el objetivo de abordar la temática de finanzas personales y emprendedurismo para poder ofrecer diferentes herramientas que puedan aplicarse en proyectos de negocio.

Apostamos por la educación financiera porque creemos que es un pilar fundamental en la construcción y desarrollo de sociedades más igualitarias y equitativas. Facilitamos el desarrollo de habilidades que permitan tomar decisiones informadas para mejorar la salud financiera de la población.

BBVA en Modalidad Sostenible.

bbva.com/es/sostenibilidad/

Los accionistas de Banco BBVA Argentina S.A. limitan su responsabilidad a la integración de las acciones suscriptas según Ley 19.550 y Ley 25.738. CUIT: 30-50000319-3. Av. Córdoba 111, piso 31, CABA (CP: C1054AAA).

Por Rocío Bravo

Nueva Era en Riesgos: El Impacto de los Criterios ASG

Los criterios Ambientales Sociales y de Gobernanza (ASG) están redefiniendo la gestión de riesgos en las empresas. En un contexto donde su gestión es cada vez más prioritaria, adaptarse no solo es clave para mitigar riesgos, sino también para aprovechar oportunidades. Banco Galicia, Grupo Sancor Seguros y Grupo Logístico Andreani comparten el camino recorrido.

Las nuevas regulaciones de ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) están teniendo un impacto significativo en la gestión de riesgos de las compañías. A medida que las expectativas de los inversores, consumidores y reguladores se han vuelto más estrictas en cuanto a la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa, las empresas están teniendo que adaptar sus estrategias de riesgo para abordar estos nuevos desafíos.

Según comparte María Rigou, directora Ejecutiva de Cambio Climático y Servicios de Sostenibilidad de EY, la gestión de riesgos relacionados con ASG implica considerar cómo estos factores pueden afectar la reputación de la empresa, su viabilidad a largo plazo y su cumplimiento legal. *“Esto incluye la evaluación de temas como el cambio climático, la gestión de recursos, la diversidad e inclusión, las prácticas laborales y la ética empresarial, entre otros”, detalla. Esta información, agrega, “se está convirtiendo en un componente esencial en la toma de decisiones estratégicas y operativas de las empresas”.*

La integración de ASG en la gestión de riesgos de las compañías debe ser un proceso sistemático y estratégico que asegure que los factores ambientales, sociales y de gobernanza sean considerados en todas las etapas de la evaluación y mitigación de riesgos. *“Para lograr una integración efectiva de estos temas, es fundamental no solo identificar correctamente los riesgos, sino también asegurar el compromiso de la Alta Dirección,*

desarrollar indicadores y métricas precisas, proporcionar formación interna a todos los colaboradores, implementar un sistema de monitoreo que permita la revisión y mejora continua, fomentar el diálogo con stakeholders y practicar una comunicación transparente y efectiva”, sugiere Rigou.

¿Qué están haciendo las empresas al respecto?

A medida que las expectativas de los inversores, consumidores y reguladores aumentan en relación con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa, las compañías están ajustando sus estrategias para enfrentar.

En Banco Galicia, Alejandra González, Líder de Estrategia Ambiental y Desarrollo Sustentable, destaca que han

comenzado a abordar estas cuestiones a través del contacto directo con sus clientes, solicitando información sobre ASG y cambio climático junto a la documentación financiera. *“También avanzamos en alianzas con empresas que puedan proveer valor agregado en la medición de impactos y transferencia de conocimiento, permitiéndonos analizar los diferentes tipos de riesgos que mide el banco”,* explica.

La entidad financiera ha desarrollado nuevas herramientas que integran variables nacionales y específicas de su cartera, identificando oportunidades de mejora en el análisis de riesgo. *“Esto nos permite mitigar impactos negativos y fomentar ciertos focos de desarrollo. Nuestras herramientas se actualizan constantemente,*



ampliando la perspectiva e incorporando temas como la biodiversidad”, detalla González. La implementación de estos estándares internacionales ha posicionado a Banco Galicia como referente frente a otras instituciones financieras, así como organismos internacionales.

“Desde nuestra experiencia, la gestión de riesgos en las organizaciones ha evolucionado de riesgos financieros con impacto directo, hacia otros ámbitos que no son exclusivamente de índole económica”, analiza Betina Del Valle Azugna, gerente de Sustentabilidad del Grupo Sancor Seguros. “Y si hacemos foco específicamente en los riesgos ambientales, incluso han pasado de ser considerados emergentes a ser tomados como riesgos inherentes”.

En ese mismo sentido, desde el Grupo gestionan la sustentabilidad como parte de la gestión de riesgos vinculados a criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo. **“A partir de esta concepción la sustentabilidad juega un rol esencial en la planificación estratégica ya que nos permite abordar tanto los impactos negativos como positivos, ampliando nuestra visión a temáticas que atraviesan y trascienden el negocio”,** detalla Azugna.

Precisamente, el análisis de materialidad (la identificación, priorización y gestión de los temas estratégicos para la sustentabilidad del grupo) es una hoja de ruta que opera como una gestión de riesgos. Los temas materiales representan la mirada estratégica para la sustentabilidad del Grupo Sancor

Seguros, considerando su agenda, la industria y contexto local.

En este sentido, agrega que la realidad ha demostrado que, ante los contextos de crisis, la identificación de temas materiales da cuenta del compromiso previo con la sustentabilidad de la empresa. **“La gestión desde criterios ASG es una gestión de los impactos, riesgos y oportunidades, ya que implica la mirada de la compañía hacia al futuro, establecer las prioridades y asuntos críticos para el negocio y dar respuestas a las expectativas de nuestros grupos de interés, generando valor compartido”.**

Para ello, la empresa trabaja con lineamientos y estándares como herramientas que la ayudan a dar un marco de identificación, gestión, medición, reporte y comparabilidad.

Desde Grupo Logístico Andreani, Gabriel Pérez, gerente de Desempeño Ambiental, reflexiona: **“Las empresas están adoptando metodologías avanzadas para identificar y resolver riesgos de manera anticipada y cada vez más con una mirada más extensiva a su cadena de valor”.**

Por ejemplo, en logística, actor clave en las cadenas de suministro, al análisis tradicional de mapeo de riesgos, auditorías, rendición de cuentas en plataformas, se suma el uso de datos como input para la detección temprana. **“Esto incluye el uso de tecnologías innovadoras para el monitoreo continuo y análisis predictivo, permitiéndonos prever y abordar posibles amenazas antes de que afecten nuestras operaciones”,** explica Pérez. **“Esta evolución en la gestión de riesgos, nos permite operar con mayor eficiencia y seguridad en nuestro**

sector volviéndose fundamental para garantizar operaciones sostenibles y responsables”.

En materia de impacto ambiental, la empresa utiliza el abordaje del CDP (Carbon Disclosure Project), que agrupa los riesgos en dos tipos: riesgos físicos y riesgos de transición.

Por otro lado, en lo ambiental, implementa prácticas que reducen su impacto, como la optimización de rutas para minimizar las emisiones de carbono y la adopción de combustibles de transición y alternativos en su flota como eléctricos, GNC y biodiesel. En lo social, está comprometida con el bienestar y la seguridad de sus empleados, promoviendo una cultura laboral inclusiva y ofreciendo programas de desarrollo profesional.

Por último, en gobernanza, mantiene altos estándares de ética y transparencia en su gestión corporativa. **“Reforzamos nuestras políticas internas para asegurar el cumplimiento normativo y la integridad en todas nuestras operaciones. Sumamos auditorías sociales de terceras partes como SEDEX-SMETA, además de rendir cuentas de nuestra gestión en las plataformas CDP (que incluye mecanismos de gobernanza en temas de decisiones de cambio climático), así como también en Ecovadis”,** detalla el ejecutivo al respecto.

“Los estándares ASG enriquecieron nuestra matriz de riesgos ya que pudimos mejorar nuestros criterios de evaluación”, comparte Pérez. “Asimismo, a partir de estos criterios, integramos estos aspectos en nuestra estrategia general de riesgos e impulsamos una cultura organizacional más consciente y

proactiva en estos temas”, explica Pérez.

Una de las formas en las que han generado visibilidad para estos estándares es a través de la creación de diferentes tableros de control sobre indicadores críticos, para contar con cortes de información diaria/mensual sobre temas como seguridad vial, diversidad con foco en género y programas de reciclado de residuos, emisiones, entre otros.

Matriz de riesgos: retos, evolución y relevancia

A la hora de incorporar los temas de ASG, las áreas de riesgos se enfrentan a una serie de desafíos que abarcan desde la complejidad inherente de los factores ambientales, sociales y de gobernanza hasta la necesidad de adaptarse a un entorno en constante cambio. La falta de estandarización en los datos y métricas de estos criterios dificulta la comparación y el análisis, así como la recopilación de datos relevantes y fiables. Como consecuencia, resulta ser un proceso complejo y costoso. Integrar la gestión de riesgos ASG en los procesos de riesgo y toma de decisiones preexistentes demanda cambios organizacionales y operativos significativos.

Además, existe una brecha en la comprensión y la capacitación en ASG entre los profesionales de riesgos, que hace necesaria la implementación de programas de formación y desarrollo de habilidades específicas. A su vez, las empresas también enfrentan presiones crecientes de inversores, clientes, empleados y reguladores para demostrar su compromiso con ASG, que puede aumentar la carga de trabajo y

responsabilidad en las áreas de riesgos.

Por otro lado, los riesgos asociados con fallas en la gestión pueden tener consecuencias significativas en la reputación de una empresa, afectando en el valor de mercado y en la capacidad para atraer inversiones. Además, muchos de los que están asociados a aspectos ambientales, tienden a tener un horizonte temporal más largo en comparación con otros riesgos tradicionales, lo que exige un enfoque a largo plazo y una planificación estratégica.

La gestión de riesgos de la sostenibilidad también requiere una colaboración efectiva entre diferentes departamentos y niveles de la organización, lo que puede ser un desafío en estructuras organizativas más segmentadas o jerárquicas. Por último, las empresas deben navegar por un panorama regulatorio complejo y en constante cambio en esta materia, lo que puede exponerlas a riesgos legales y de cumplimiento.

Ante estos desafíos, sentencia Rigou, **“es crucial que los equipos de gestión de riesgos adopten un enfoque proactivo, innovador y colaborativo para gestionar esta nueva perspectiva de manera efectiva, transformándolos en oportunidades de crecimiento y fortalecimiento para la organización”**.

En Grupo Sancor Seguros, la consideración de impactos directos e indirectos, y las variables de gravedad y probabilidad de los impactos en las matrices, ha permitido ampliar la mirada sobre ciertos riesgos identificados inicialmente solo como económicos, y también elaborar planes de acción para la prevención de

algunos riesgos y abordar la gestión y posible mitigación de otros.

“Por segundo año consecutivo participamos de un programa elaborado conjuntamente por Pacto Global y la consultora Shift para guiarnos en la elaboración de un proceso de debida diligencia en materia de DDHH. El programa nos sirvió de capacitación y de entrenamiento a partir de un par de riesgos identificados”, detalla Azugna.

El vocero de Andreani, por su parte, destaca: **“El área de riesgos es crucial en la integración del ASG porque identifica y gestiona riesgos ambientales, sociales y de gobernanza que pueden impactar la sostenibilidad y la reputación de la empresa, asegurando el cumplimiento normativo y fortaleciendo la gestión responsable y sostenible de los negocios”**.

Para la ejecutiva de Banco Galicia, el área de riesgos juega un papel crucial en la integración de los principios ASG en las compañías por varias razones clave. En primer lugar, tienen la capacidad de identificar, evaluar y realizar un análisis integral de los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza de nuestros clientes que potencialmente podrían traducirse en riesgo de crédito y reputacional para el banco.

En segundo lugar, se utilizan metodologías estandarizadas para evaluar estos riesgos, asegurando una comprensión precisa y consistente de su impacto potencial. Esto de origen a la posibilidad de desarrollo de estrategias para mitigar, lo cual es esencial para prevenir daños financieros, reputacionales y operacionales.

Asimismo, el área tiene la capacidad de monitorear el cumplimiento de las regulaciones ASG (aunque no es la única responsable de hacerlo), garantizando que la compañía no incurra en sanciones o multas por incumplimiento. Por último, cuenta con el espacio y la capacidad para elaborar y proporcionar información relevante y oportuna a la alta dirección para la toma de decisiones estratégicas.



María Rigou, EY:

“Integrar ASG no es solo identificar riesgos, es transformar la cultura organizacional desde la alta dirección hacia abajo.”



Alejandra González, Banco Galicia:

“Escuchar a nuestros clientes sobre sostenibilidad nos ha permitido redefinir nuestras estrategias y crear un verdadero impacto.”



Betina Del Valle Azugna, Grupo Sancor Seguros:

“Gestionar ASG es anticipar el futuro y responder a las expectativas de nuestros grupos de interés, no solo a las exigencias actuales.”



Gabriel Pérez, Grupo Logístico Andreani:

“Los estándares ASG nos retan a ser proactivos y a innovar en la forma en que gestionamos nuestros riesgos y oportunidades.”



Por Marizú Olivera Orqueda

El verdadero desafío de las empresas en la agenda inclusiva —

Empresas y ONGs están trabajando juntas para cerrar brechas de género y promover la inclusión laboral, pero ¿hasta qué punto estos esfuerzos son genuinos? Desde políticas de diversidad hasta programas de reinserción, líderes del sector social advierten sobre los desafíos y aprendizajes en este camino hacia un cambio real.

El sector privado está avanzando en el diseño e implementación de políticas orientadas a cerrar las brechas de género y asegurar una mayor diversidad en sus equipos. Estas iniciativas abarcan desde la creación de Comités de Diversidad y redes de apoyo internas, hasta la puesta en marcha de protocolos, programas de mentoría y la inclusión de grupos sub-representados.

La articulación entre el sector social y el privado es una pieza clave para impulsar la equidad de género y la diversidad en el mercado laboral argentino. La creación de políticas inclusivas no solo es una cuestión de justicia social, sino también una estrategia de competitividad y crecimiento.



Ada Rico
Presidente de La Casa
del Encuentro

Al respecto desde La Casa del Encuentro, su presidenta Ada Rico, también miembro del Observatorio de Femicidios en Argentina, destaca la magnitud que logra el trabajo que se realiza mediante una compañía debido al “alcance que tiene una red empresarial ya que el trabajo de concientización, capacitación y creación de protocolos sobre igualdad de derechos, oportunidades y trato para todas las personas, no solo abarca a sus empleados”. Rico comenta y destaca el vertiginoso crecimiento que tuvo en los últimos años la adhesión por parte de las empresas la implementación de Protocolos “que facilitan el diálogo y la comunicación de los hechos de violencia en el ámbito laboral y familiar”.

La referente remarca la especificidad que requiere el armado de cada protocolo ya que se relaciona directamente con la idiosincrasia de la empresa y el entorno. Rico también subraya el avance vertiginoso que experimentó “el cambio en la mirada de los directivos y directivas empresariales a la hora de solicitar asesoramiento e intervención en muchos casos”, dice.

A cerca del límite que debe respetar La Casa del Encuentro sobre la información que recibe por parte de la trabajadora que realiza la

consulta, “es un aspecto que se trabaja con mucho cuidado y nos ha costado que muchas empresas comprendan que los detalles y la información queda en total reserva”, remarca Rico y agrega: “el armado del protocolo se realiza entre abogados tanto nuestros como de la firma que lo solicita y en muchos casos lleva varias encuentros y debates para que el mismo contenga una verdadera mirada de género y equidad”, explica.



Adrián Barreto
Responsable de
Alianzas Corporativas
en Diagonal

Empleabilidad +45

Adrián Barreto, responsable de Alianzas Corporativas en Diagonal, entidad encargada de implementar el Programa de Reinversión Laboral (PRL) que también aborda temáticas de empleabilidad, diversidad y convivencia dentro de los equipos de trabajo, define que “cuando una organización privada decide articular con una organización social, está buscando ser parte de la solución para dar respuesta justamente a una problemática. Se establece una alianza estratégica que aprovecha las fortalezas de ambos sectores y esto permite generar en sinergia un impacto social positivo”.

Al ser consultado sobre si existen límites en el vínculo establecido entre una ONG y una

compañía, Barreto destaca la importancia de “establecer ciertos límites en la colaboración para garantizar que la misión y valores de la ONG, la fundación, la asociación civil, no se vean comprometidos”, señala y agrega: “Evitar la influencia corporativa de las políticas de las ONG también es vital, así como también no caer en la dependencia económica de aportes de una sola organización o empresa”. El referente señala como importante el asegurar que las alianzas que se lleven a cabo sean de manera ética y transparente, “con trazabilidad” y que el impacto social siempre sea real. “Estas precauciones o límites van a asegurar siempre que la colaboración beneficie tanto a las empresas como a la sociedad sin comprometer los principios fundacionales de la ONG.”

Sobre la recepción de sugerencias por parte de las compañías, Barreto señala que algunas empresas son receptivas y proactivas en cuanto a la integración de sugerencias del tercer sector, mientras que otras pueden mostrar ciertas resistencias. “Depende de una combinación, a mi criterio, de factores que están relacionados con la presión social, del compromiso corporativo real que tenga esa organización y de los beneficios percibidos, tanto sea en términos económicos como de imagen y reputacionales”, asegura y comenta que las empresas más comprometidas con la responsabilidad social corporativa, la sustentabilidad y la agenda de diversidad, aquellas que operan en sectores sensibles para la opinión pública y las que tienen una relación sólida con el tercer sector, “tienden a ser más abiertas a adoptar sugerencias de manera efectiva, de tener una escucha mucho más receptiva y de integrar las recomendaciones del sector social”.

Sobre los aprendizajes y desafíos, el referente de Diagonal explica que generalmente las ONG y las empresas a menudo “tienen expectativas

diferentes sobre lo que significa el éxito en una colaboración y articulación”, y añade que “mientras que las empresas pueden centrarse en el retorno de la inversión, el ROI, las ONG se enfocan en el impacto social más a largo plazo”. Para Barreto esta falta de alineación en los objetivos “puede generar a veces frustraciones si no se establecen bien las expectativas y se acuerda que sí y que no se encuentra enmarcado por la articulación”, explica. También remarca que la diversidad de enfoques y de perspectiva entre el sector social y las empresas siempre ha permitido abordar problemas desde diferentes ángulos “y esto enriquece las soluciones a la respuesta a los problemas”, enfatiza.



Gio Perchivale
Contrata Trans

Inclusión laboral trans

Gio Perchivale, forma parte de Contrata Trans, un programa integral enfocado en brindar herramientas de sensibilización y capacitación en temas de diversidad, específicamente sobre la inclusión de personas travestis trans y no binarias en el ámbito laboral. “Hacemos un trabajo profundo para que las empresas comprendan por qué es importante la diversidad, no solo como un valor a nivel ético, sino desde una estrategia de negocios ya que

en la actualidad existen por ejemplo marcos licitatorios donde resulta ser una condición la implementación de políticas de diversidad para ser competitivos”, asegura Perchivale.

El referente hace foco en la necesidad existente en que “realmente las empresas internalicen el cambio de mirada hacia la diversidad y no solo sea una actividad de marketing o moda”, explica y agrega: “Notamos, muchas veces, que algunas empresas recurren a un acompañamiento solo porque desean tildar la casilla de diversidad, sin comprometerse genuinamente. Y ahí es donde, desde Contrata Trans, buscamos profundizar en el trabajo propuesto, frenar y re-ver con los equipos el por qué se busca implementar la inclusión”, relata.

Por último resalta, “Nuestro rol es asegurar que las acciones que se hagan sean reales y tengan un impacto notorio en la población. Crear espacios laborales donde después no sea necesaria nuestra intervención, sino que se pueda dar continuidad a la contratación de personal LGBTI+. Sin que haya sesgos discriminatorios”, asegura.

Canalizar el acompañamiento empresarial en la inclusión social y laboral



Malena Famá
fundadora de
Fundación Multipolar

Malena Famá, fundadora de Fundación Multipolar, una organización dedicada a ayudar a personas en situación de calle a salir adelante a través del trabajo digno, explica la gran necesidad que marca el contexto económico actual y el acercamiento que tuvieron las empresas buscando dar respuesta a lo evidente, que es el incremento de personas habitando la calle.

Famá explica que el abordaje y las propuestas de voluntariado que recibió por parte de las empresas, en muchos casos “no fue el adecuado debido a la especificidad del tema que maneja la Fundación”, y comenta el trabajo realizado desde Multipolar para canalizar de manera específica el acompañamiento del sector privado.

“Nos pasa que nuestro trabajo reside en acompañar, escuchar re pensar una posible salida en cada caso que se presenta. Comienza posibilitando un lugar de aseo para luego con los días, dar espacio a acompañar al armado de un C.V.” detalla la referente. Y explica que la incorporación de las empresas en la fundación llevó un tiempo de articulación interna hasta llegar a establecer métodos donde tal acompañamiento funcionara con el fin.

“Luego de brindar muchas charlas en ámbitos empresariales y foros pudimos avanzar en que las empresas aprendieran a preguntar qué o cuál era la necesidad y re pensar juntos la manera de la participación del sector privado”, remarca Famá y cuenta que en Multipolar muchas veces se necesita más que un voluntario, un profesional preparado para escuchar la dura problemática que presentan las personas que llegan. “En la actualidad las empresas participan mediante actividades donde sus empleados son parte del armado de raciones de comida, a la vez que reciben charlar de concientización sobre la problemática

de personas en situación de calle. Eso nos funciona, esos nos suman y de esa manera logramos canalizar el acompañamiento que resulta tan útil y necesario para lograr el objetivo que nos planteamos”.

Multipolar ofrece a personas en situación de calle ingresar en un programa de reinserción laboral, organizado en cinco semanas de trabajo, donde se logra el armado de un C.V. para luego canalizar una búsqueda laboral. Según sus estadísticas las mujeres con carga familiar, son las primeras en desertar debido a las grades imposibilidades que marca el contexto.

El trabajo conjunto, como han demostrado diversas iniciativas, es un proceso que requiere sensibilidad y un compromiso genuino. Las empresas deben ir más allá de acciones

simbólicas y adoptar una visión a largo plazo, donde la diversidad y la inclusión se integren en su cultura organizacional. La clave está en escuchar y aprender de las organizaciones sociales, asegurando que cada protocolo y cada estrategia se ajuste a la realidad de los grupos que buscan apoyar.

Es fundamental que este camino no se vea como una carga, sino como una oportunidad para innovar y crecer, creando entornos laborales que no solo sean más justos, sino también más productivos y creativos. Solo así se podrá construir un futuro laboral donde cada individuo tenga la oportunidad de brillar, sin importar su origen o identidad. En este viaje hacia la inclusión, cada paso cuenta y cada voz es necesaria.



Ada Rico (Presidenta de
La Casa del Encuentro)

“El trabajo de concientización y protocolos sobre igualdad no solo impacta a los empleados; tiene un alcance social que

es fundamental. El cambio en la mirada de los directivos es vertiginoso y crucial para lograr una verdadera equidad de género.”



Adrián Barreto
(Responsable de Alianzas
Corporativas en Diagonal)

“Cuando una organización privada se une a una ONG, busca ser parte de la solución. Es vital establecer límites claros en esa

colaboración para que la misión de la ONG no se vea comprometida; la transparencia es clave.”



Gio Perchivale
(Miembro de Contrata Trans)

“Las empresas deben entender que la diversidad es un valor ético y una estrategia de negocio. Si solo buscan ‘tildar la

casilla’, no están comprometidos. Nuestro objetivo es que la inclusión se internalice realmente.”



Malena Famá
(Fundadora de Fundación
Multipolar)

“Es fundamental que las empresas aprendan a preguntar cuál es la necesidad real. Nuestro trabajo es escuchar y

acompañar, porque cada persona en situación de calle tiene una historia única que merece atención específica.”



Reportar nuestra **gestión sostenible** es mucho más que reportar resultados



Escaneá y conocé más sobre el Reporte

Andrea Dalao, Directora de Asuntos Públicos, ArcelorMittal Acindar

“Los asuntos públicos pueden enfrentar riesgos éticos”



Andrea Dala
Directora de Asuntos Públicos,
ArcelorMittal Acindar

¿Cómo se integra la sustentabilidad en la estrategia de asuntos públicos de su empresa?

Nuestro enfoque se orienta a identificar tendencias a largo plazo que pueden incidir en nuestro negocio, especialmente las ligadas a cuestiones sociales y ambientales. Esto está basado en un modelo de gestión con seis pilares que incorporan los 10 Desafíos para el Desarrollo Sostenible. Estas acciones abarcan todas nuestras actividades, apoyadas en un gobierno corporativo transparente. En 2024 cumplimos 20 años de publicar nuestro reporte de sustentabilidad, siendo pioneros en Argentina al rendir cuentas sobre nuestra gestión sustentable.

¿Cómo manejan las expectativas de los grupos de interés?

Nuestro objetivo es identificar y cumplir las expectativas de nuestros grupos de interés, manteniendo un diálogo fluido para conocer sus necesidades. Esto nos permite gestionar y medir nuestra contribución a la sociedad, cumpliendo con el desafío número 10 de nuestro enfoque de sustentabilidad. Mostrar nuestra contribución económica, social y ambiental refuerza la confianza con las comunidades y grupos de interés, alimenta el sentido de pertenencia de nuestro personal y sirve como incentivo para que otras empresas sigan este camino hacia la sostenibilidad.

¿Cómo integran las políticas de integridad en la agenda de Asuntos Públicos?

Estamos comprometidos con el diálogo para debatir temas del sector que son claves para el desarrollo de estrategias y la gestión responsable. Participamos activamente en

asociaciones y cámaras empresariales. A su vez, contamos con un Código de Conducta Empresarial que, junto con otras políticas, forma parte del Programa de Integridad. Este documento guía la conducta ética de la dirección, gerencias y el personal. Además, todo el personal relacionado con la gestión de Asuntos Públicos debe actuar de acuerdo con los mejores intereses de la empresa, evitando conflictos entre intereses personales y profesionales.

¿Qué riesgos éticos enfrenta su empresa en la gestión de Asuntos Públicos?

Los asuntos públicos pueden enfrentar riesgos éticos que afectan la reputación de una compañía. Contamos con un Sistema de Gestión Integral de Riesgos que analiza sistemáticamente los riesgos para darles respuesta unificada y centralizada. Diseñamos mecanismos que minimizan la probabilidad de ocurrencia y definen planes de acción para mitigar riesgos. Es clave que el equipo de Asuntos Públicos esté informado sobre estos riesgos para gestionarlos adecuadamente.

¿Cómo manejan los conflictos de interés en Asuntos Públicos?

El Programa de Integridad busca mejorar la transparencia y generar valor para todos los actores. Para ello, requiere controles internos efectivos, que son revisados por auditores externos. Tenemos un procedimiento de Conflictos de Interés que, basado en un análisis de riesgos, determina quiénes deben completar declaraciones periódicas sobre conflictos potenciales. Si existe un conflicto, el Compliance Officer diseña planes de acción para evitar exponer a la persona y proteger los intereses de la empresa.



Acompañamos a los becarios PAE para que puedan finalizar sus estudios universitarios.



PAN-ENERGY.COM

“Los riesgos éticos son los mismos que podrían enfrentar otras compañías”

¿Cómo se integra la sustentabilidad en la estrategia general de asuntos públicos de Bagó?

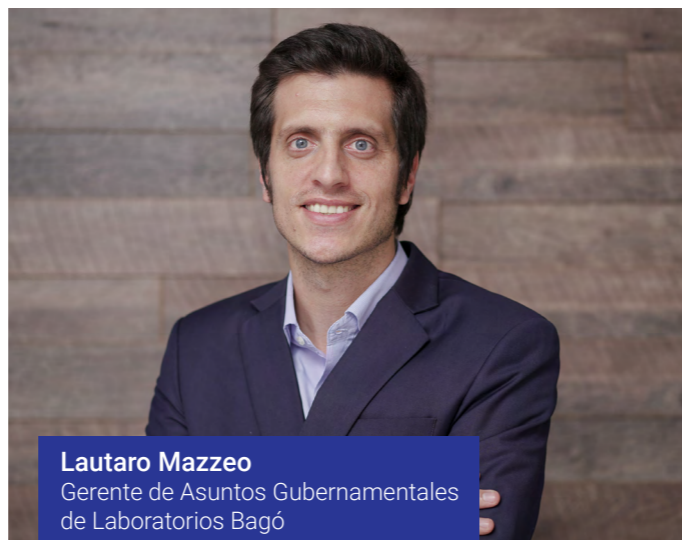
Hoy en día es crucial para las empresas integrar estos objetivos en todas las facetas de su estrategia de asuntos públicos. Esto incluye no solo políticas internas y comunicaciones externas, sino también relaciones con diversos stakeholders, como gobiernos, cámaras empresariales, periodistas y otros actores clave.

¿Cómo trabajan en paralelo estas dos agendas?

Para trabajar en paralelo ambas agendas es esencial establecer una coordinación estrecha y continua entre ambos equipos, garantizando que las acciones y comunicaciones estén alineadas y se refuerzan mutuamente. Esto implica un diálogo fluido entre las dos áreas, encargadas de revisar regularmente los avances y coordinar las iniciativas, estableciendo metas compartidas que integren las prioridades de ambas áreas en la estrategia corporativa.

¿Cómo se integran las políticas de integridad en la agenda de asuntos públicos?

La política de integridad de la compañía rige todas las actividades de la empresa y los asuntos públicos no son la excepción. Laboratorios Bagó cuenta con un Código de Ética que tutela el comportamiento de todos los colaboradores de la compañía y sus políticas de integridad definen la naturaleza de la agenda de los asuntos públicos.



Lautaro Mazzeo
Gerente de Asuntos Gubernamentales
de Laboratorios Bagó

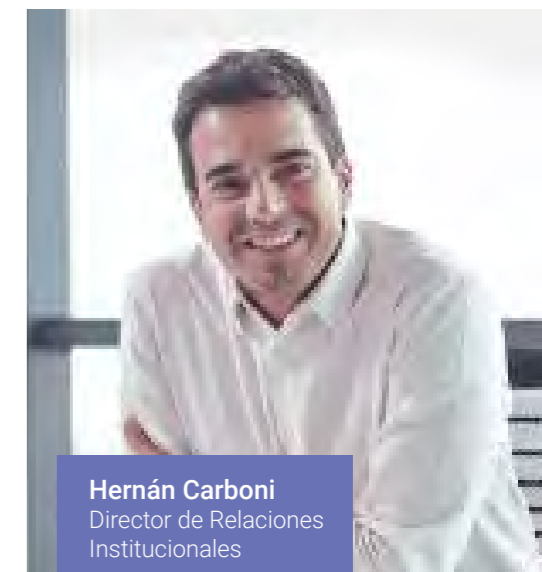
¿Qué tipo de riesgos éticos enfrenta su empresa en la gestión de asuntos públicos y cómo los mitiga?

Los riesgos éticos son los mismos que podrían enfrentar otras compañías del sector. Para mitigarlos, se siguen rigurosos procedimientos aprobados por la Gerencia de Compliance y Auditoría Interna.

5¿Qué procesos existen para identificar y manejar posibles conflictos de interés en asuntos públicos?

La firma cuenta con un Código de Ética y diferentes Políticas (de Reporte de Irregularidades, de Comité de Integridad, de Prevención de la Corrupción, de Conflicto de Interés y de Obsequios y Atenciones, de Donaciones y Patrocinios, entre otras) que permiten anticipar situaciones no deseadas.

“Uno de los mayores riesgos éticos en la gestión de Asuntos Públicos es el “greenwashing”



Hernán Carboni
Director de Relaciones
Institucionales

¿Cómo integra la sustentabilidad en la estrategia general de asuntos públicos en BBVA?

En BBVA Argentina, la sostenibilidad forma parte del gerenciamiento del negocio y se ha definido como una de nuestras prioridades estratégicas. BBVA tiene un compromiso con este tema, promoviendo alianzas con empresas, ONG's y gobiernos para fomentar prácticas sostenibles. Somos agentes de cambio y tenemos la responsabilidad de acompañar a nuestros clientes en la transición hacia un futuro más sostenible. Además, trabajamos para reducir no solo nuestras emisiones de carbono, sino también las de nuestros clientes, ofreciendo productos financieros que apoyan esta transición.

¿Cómo trabajan en paralelo las agendas de asuntos públicos y sostenibilidad?

Las agendas de Asuntos Públicos y Sostenibilidad se refuerzan mutuamente. Todas nuestras interacciones con los stakeholders están alineadas con nuestros compromisos de sostenibilidad, lo que maximiza el impacto positivo de nuestras iniciativas. Al integrar ambas agendas, fortalecemos nuestra reputación y cumplimos de manera más efectiva con nuestros compromisos ambientales y sociales.

¿Cómo se integran las políticas de integridad en la agenda de asuntos públicos?

La integridad es parte fundamental de nuestra agenda de asuntos públicos. Contamos con un Código de Ética claro que guía nuestras acciones tanto internas como externas. La alta dirección está comprometida con llevar adelante estas

políticas, y tenemos un modelo de transparencia que incluye informes públicos, mecanismos de denuncia y auditorías internas. Esto mejora la confianza de nuestros stakeholders y establece un alto estándar para el comportamiento corporativo.

¿Qué riesgos éticos enfrentan en la gestión de asuntos públicos y cómo los mitiga?

Uno de los mayores riesgos éticos en la gestión de asuntos públicos es el “greenwashing”. En BBVA, la sostenibilidad es un pilar fundamental, y para evitar este tipo de malas prácticas, capacitamos a nuestros colaboradores en retos globales como el cambio climático y la inequidad. Además, fomentamos una cultura de transparencia y reportamos públicamente nuestros avances en sostenibilidad a través de nuestro Reporte Integrado anual, lo que nos permite gestionar los riesgos éticos de manera proactiva.

¿Qué procesos existen para identificar y manejar posibles conflictos de interés?

“Somos íntegros” es uno de los valores principales de BBVA. Para hacer honor a este principio, contamos con un Código de Conducta que establece directrices claras para reconocer y evitar conflictos de interés. Todos los empleados deben adherirse a este código y reciben formación regular sobre las mejores prácticas. Además, contamos con mecanismos de control interno y auditorías para prevenir posibles conflictos, lo que refuerza la confianza de nuestros stakeholders.

“La integridad es el núcleo de nuestra estrategia”

¿Cómo se integra la sustentabilidad en la estrategia general de asuntos públicos de Renault Argentina?

En Renault Argentina, la sustentabilidad es un pilar estratégico que atraviesa todas nuestras áreas de negocio, integrándose de manera transversal en nuestras decisiones y acciones. Ya no la consideramos solo una responsabilidad social o un esfuerzo filantrópico, sino como una nueva forma de gestionar la empresa, incorporando criterios ESG (Environment, Social and Governance) en toda la cadena de valor. Llevamos más de 14 años gestionando la sustentabilidad y rindiendo cuentas de nuestro desempeño a través de reportes elaborados bajo las normas de Global Reporting Initiative (GRI) y verificados por auditores externos.

¿Cómo trabajan en paralelo las agendas de asuntos públicos y sustentabilidad?

La industria automotriz está experimentando uno de los cambios más profundos de su historia, impulsado por el avance tecnológico y las nuevas tendencias en la demanda de vehículos. Este escenario nos desafía a desarrollar tecnologías que no solo mejoren la experiencia de nuestros clientes, sino que también dejen una huella positiva en la sociedad. La integración de las agendas de sustentabilidad y asuntos públicos nos permite alcanzar nuestras metas, generar un impacto positivo en la sociedad y fortalecer nuestra reputación como actor comprometido y responsable. Ambas áreas se complementan y potencian mutuamente, guiando nuestras políticas y acciones con un marco ético y responsable.

¿Cómo se integran las políticas de integridad en la agenda de asuntos públicos?

Como parte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, estamos comprometidos en prevenir y detectar cualquier intento de soborno o tráfico de influencias. La integridad es el núcleo de nuestra estrategia de asuntos públicos, ya que refuerza nuestra credibilidad en todas nuestras



Matias Maciel
Director de Asuntos Públicos,
Comunicaciones y Sustentabilidad

interacciones. La ética no es solo un valor, sino la brújula que guía nuestras acciones diarias.

¿Qué riesgos éticos enfrenta su empresa en la gestión de asuntos públicos y cómo los mitiga?

El discernimiento, la responsabilidad y la ética no son ideales abstractos, sino obligaciones que todos en Renault Argentina cumplimos. Sabemos que cualquier infracción a la integridad puede tener costos significativos para la empresa y nuestros stakeholders. Por eso, nuestras interacciones con gobiernos y comunidades se basan en el respeto mutuo, la transparencia y el compromiso con la integridad, lo que fortalece nuestra reputación como un actor confiable y ético.

¿Qué procesos existen para identificar y manejar posibles conflictos de interés en asuntos públicos?

‘Tolerancia Cero’ es nuestro principio innegociable cuando se trata de corrupción o conflictos de interés. Renault cuenta con una Carta Ética y un Código de Conducta anticorrupción, complementados con capacitaciones continuas para nuestros colaboradores. Estas capacitaciones son esenciales para detectar y manejar adecuadamente situaciones de riesgo, garantizando la confianza de nuestros stakeholders y del público en general.

“El relacionamiento con stakeholders lleva implícito el riesgo de conflicto de intereses”



Celina Kasetai
Gerenta de Asuntos Públicos de
Syngenta para Latinoamérica Sur

¿Cómo se integra la sustentabilidad en la estrategia general de asuntos públicos de su empresa?

Cuando se planifica para el largo plazo, las agendas de negocio, sustentabilidad y asuntos públicos se integran en forma simple y casi “espontánea”. Lo que es bueno para el negocio en el largo plazo lo es también para el entorno ambiental y social y, por ende, establece las prioridades de la gestión en asuntos públicos en concordancia. En el corto plazo, el mapa de issues de la organización es uno de los principales insumos para el diseño de la estrategia de sustentabilidad y de asuntos públicos. Si consideramos que la sustentabilidad en muchos casos consiste maximizar impactos positivos y prevenir o minimizar los negativos, los riesgos e issues son las principales líneas a ser abordadas tanto desde sustentabilidad como de asuntos públicos.

¿Cómo trabajan en paralelo estas dos agendas?

Desde la estructura del área, por ejemplo, siendo dos gerencias paralelas en importancia y relevancia, y con una relación fluida y constante. De hecho, se arman los planes de acción de manera conjunta al inicio del año y luego se ejecutan en forma coordinada.

¿Cómo se integran las políticas de integridad en la agenda de asuntos públicos de su empresa?

En el caso de Syngenta hay un área de Compliance, que es la responsable directa

de la gestión de las políticas de integridad. Sustentabilidad y Asuntos Públicos son áreas algo más secundarias desde el accountability, pero trabajamos muy de cerca.

¿Qué tipo de riesgos éticos enfrenta su empresa en la gestión de asuntos públicos y cómo los mitiga?

El relacionamiento con stakeholders lleva implícito el riesgo de conflicto de intereses, sobre todo cuando uno de los públicos es el ente a cargo de regular el sector o negocio. Por eso, las políticas de Donaciones, Sponsoreo, Regalos, etcétera tienen un capítulo especial sobre el relacionamiento y el comportamiento esperado de las personas de la organización. Por otra parte, a través de las asociaciones de profesionales que nos reúnen hemos diseñado manuales para tener esos lineamientos compartidos entre colegas.

¿Qué procesos existen para identificar y manejar posibles conflictos de interés en asuntos públicos?

Tenemos un Código de Ética al que adhieren todos los empleados y proveedores además de procedimientos internos específicos para casos de conflicto de interés, patrocinios, donaciones, relacionamiento con actores externos, etc. Realizamos capacitaciones obligatorias en forma rutinaria, tenemos líneas de denuncias anónimas y comités de revisión que funcionan en forma permanente.

“La seguridad privada es una puerta de acceso a un empleo formal y de calidad”

Luego de la salida de Securitas AB Suecia de Argentina, surgió Securion, hoy Certified Partner de la empresa sueca en el país. Una nueva marca, pero con el mismo compromiso con la excelencia operativa, la innovación tecnológica y la formación profesional. “Somos una empresa de gente, know how y tecnología, y en esos pilares tenemos que invertir todo el tiempo”, destacaba el ejecutivo.

Tras una amplia experiencia en consumo masivo, habiendo pasado por empresas como Mondelēz, Merisant, Gillette y Pepsico Internacional, e incluso Ideas del Sur, Alberto Pizzi desembarcó en la industria de la seguridad privada en 2019, asumiendo como CEO de Securitas Argentina, filial de la multinacional de origen sueco fundada en 1934.

Luego de la salida de Securitas AB Suecia del país, por motivos ajenos al contexto país, Pizzi buscó inversores que quisieran continuar con el negocio en Argentina y lo logró. Hoy es parte del grupo accionario de Securion, una nueva marca, pero con la que mantuvieron e incluso evolucionaron el compromiso con la excelencia operativa, la innovación tecnológica y la formación profesional.

Securion es Certified Partner de

Securitas para Argentina. Forma parte del Grupo Inversor MAS Equity Partners, de MAS Equity Security Holding SL, con más de 16 años de gestión en los países de la Región Andina.

“Securion evoluciona la seguridad privada en Argentina, integrando innovación tecnológica y decisiones rápidas para ofrecer soluciones personalizadas a empresas de todos los tamaños.”

La empresa ofrece una amplia gama de servicios a través de cinco unidades de negocios: Securion Security, que abarca seguridad física y rondas de patrullas; Securion Technology, con soluciones de seguridad basadas en



tecnología de punta integrada con inteligencia artificial, implementación de sistemas Building Management Systems (BMS) que integra soluciones contra incendios y control de acceso remoto; Securion Consult, que brinda asesoramiento en base al conocimiento y experiencia global en diseños de sistemas de seguridad; Vigilant Alarmas, que proporciona sistemas de monitoreo de alarmas con autogestión a través de una aplicación; y Trailback, enfocado en la logística y la seguridad con información en tiempo real.

“En nuestro ADN sigue estando lo que caracterizó y caracteriza en el mundo a la empresa pionera en términos de seguridad privada, una compañía que nació en 1930 y fue evolucionando en Europa y en Estados Unidos - explica Alberto Pizzi-. Pero ¿Por qué decimos que es una evolución?” Porque Securitas firma a nivel global contratos con compañías de la talla de Amazon, Google, Meta, de Dell, y nosotros somos representantes en Argentina para esos clientes. Eso nos garantiza tener una

transferencia de innovación y de tecnología, y la relación con los principales proveedores del mundo como Honeywell, Bosch o Axis”.

En sintonía con la evolución de la que habla, Pizzi destaca los beneficios que implicó esta transformación: “Primero, las velocidades de decisión son infinitamente más rápidas. Las necesidades de clientes se atienden en forma inmediata. Sumado a ello, hay rubros donde antes la compañía no me dejaba entrar, como ciberseguridad en las que hemos incursionado, y estamos desarrollando esos pilares de negocio”.

En este sentido, grafica: “Si tengo un cliente que está preocupado porque sus procesos productivos pueden ser hackeados o si un cliente me dice que necesita dos autos blindados con gente armada para que los lleve por todos lados y absolutamente confidencial, que es lo que hacemos, lo hago. Antes no tenía esa posibilidad. Esta nueva posición me permitió ampliar el negocio, siempre dentro de lo que es seguridad”.



Desafíos y oportunidades de un segmento clave para la empleabilidad

Según datos de la Cámara Argentina de Empresas de Seguridad e Investigación (CAESI), el sector de seguridad privada emplea a alrededor de 140.000 vigiladores, aunque se estima que este número es de casi 200.000, dado que se calcula que cerca del 40% trabaja en la informalidad.

“La informalidad es enorme y cuando te alejas de la ciudad, peor - sentencia Pizzi-. Creemos que dentro de la Cámara hay más o menos 300 empresas de seguridad privada a nivel nacional y un montón de otros servicios de seguridad privada que no se brindan a través de empresas, sino que son serenos o cosas por el estilo, que deberían estar registrados y no lo están. El otro problema que tenemos son las cooperativas, en las cuales hay cooperativistas y subcontratan a monotributistas que dan el servicio de seguridad”.

En línea con esto, Pizzi plantea la necesidad de una Ley de Seguridad Privada. *“La ley es fundamental. Se está trabajando, pero no es fácil, porque en un país donde hay tantas prioridades, ésta no lo es, aunque debería serlo, porque somos una pata muy necesaria para la seguridad pública al ser el primer frente de disuasión y de rechazo de una agresión”.*

Como contrapartida a estos retos que el ejecutivo enumera, existen grandes oportunidades en el sector. *“Hoy, la principal preocupación de los argentinos ya no es la inflación, es la inseguridad. Entonces, lamentablemente, nuestro mercado nos ofrece, a través de la enorme inseguridad que hay, muchas posibilidades de crecimiento”.*

Sumado a ello, agrega, *“nosotros podemos atender empresas que antes la compañía por su estrategia de negocia no tomaba. Por ejemplo, a una pequeña PyME, le puedo hacer un servicio*

dedicado con vigilancia remota y preservarlo del robo de caños de cobre, de una bomba, un grupo electrógeno o una herramienta que es clave para su funcionamiento”.

Asimismo, explica que la tecnología habilita un mar de posibilidades para ofrecer seguridad en ese segmento al mismo tiempo que al tener Securion presencia en 23 provincias puede ofrecer ese servicio que se basa en la combinación de seguridad física-electrónica. Asimismo, cuenta con tres centros de operaciones para todo el país, Bahía Blanca, Paraná y Buenos Aires, que actúan en forma vinculante.

Los colaboradores en el centro como diferencial

Para hablar de los aspectos que diferencian a la compañía en un segmento donde la competencia aflora, Pizzi hace hincapié en el know how de los colaboradores. Desde

ingenieros capaces de diseñar los mapas de seguridad de un edificio, algo que hace más eficiente la construcción del mismo, hasta expertos en CCTV, en control de acceso y en diseños de software dedicados.

“Hoy en día nosotros excedemos ampliamente la capacitación que pide la reglamentación”, asegura el CEO de Securion. “Tenemos capacitación en género, somos empresa firmante del Pacto Global, estamos terminando de certificar ISO 37.001 que es Anti-bribery and Corruption y contamos con la certificación de la ISO 9001 y la ISO 14.001”. “El Mercado exige que tengas políticas, procesos, que seamos un empleador de calidad, que seamos la mejor opción en la cadena de valor de nuestros clientes”.

En línea con ello, la empresa se mudó a un edificio que es mucho más eficiente en términos de uso de energía y está trabajando en proyectos de energía solar en varios de sus locaciones en



“LA TRANSFORMACIÓN
HACIA CIBERSEGURIDAD
Y VIGILANCIA REMOTA
NOS PERMITIÓ
EXPANDIR EL NEGOCIO,
ATENDIENDO NUEVAS
NECESIDADES DE
CLIENTES CON
SOLUCIONES
INNOVADORAS Y
EFECTIVAS.”

el país. También, dado que tiene más de 700 vehículos en la calle, a través de un sistema de GPS propio, mide la eficiencia de los traslados de los autos y el consumo de combustible.

Otro aspecto relevante es la línea Ética Securion, un sistema que permite denunciar acciones que van en contra de la ley, valores y políticas de la compañía. Se pueden reportar actividades sospechosas, como fraude, acoso o discriminación, y puede hacerlo cualquier persona relacionada con la empresa, ya sea colaborador, proveedor, cliente o colaborador externo. Las denuncias se realizan a través de una plataforma online y son gestionadas por una consultora externa especializada, lo que permite mantener el anonimato y la confidencialidad.

En términos de capacitación la empresa es pionera en Argentina. “Somos la única que tiene un instituto, la Fundación Instituto de Seguridad. Si bien las distintas normativas provinciales exigen cierto nivel de capacitación, nosotros

sumamos otros aspectos que tienen que ver con el desarrollo integral de guardias, supervisores, jefes de servicios y no solo para el personal propio, sino también para todo aquel que quiere desarrollarse y profesionalizarse en este sector”, especifica Pizzi.

Como resultado de este compromiso con sus colaboradores, la empresa hoy tiene un promedio de antigüedad en la compañía de más de 12 años. “Nadie se quiere ir de la empresa, tenemos menos del 10% de rotación”, asegura y agrega “también tenemos un programa de empleo inclusivo a partir del cual trabajamos las metas del ODS 5 de Naciones Unidas”.

En línea con ello, menciona: “La seguridad privada es una salida laboral importante para un empleo de calidad. Es la primera puerta a un trabajo de formal de calidad y al mismo tiempo potencia la vocación de servicio que esa persona tiene. Tenemos

un programa que se llama Héroes con el que reconocemos a las personas que se han destacado, que han hecho más de lo que se les pidió. El guardia pasa a ser alguien fundamental en los lugares donde da el servicio”.

Para concluir, Pizzi hacía hincapié en las claves para seguir siendo competitivo y sostenible en el tiempo en un rubro tan complejo en Argentina. “Somos una empresa de gente, know how y tecnología, y en esos pilares tenemos que invertir todo el tiempo. Con 10.000 mil colaboradores, somos el decimosexto empleador privado del país. En este sentido, tenemos que estar a la vanguardia en cuanto a la capacitación de nuestros equipos y la adopción de tecnología, sin descuidar los valores de la compañía: transparencia, eficiencia y sustentabilidad”.

Llevamos lo que te importa, porque nos importan

Las personas
por eso potenciamos un ambiente inclusivo.

La experiencia
por eso Invertimos en el desarrollo y la implementación de tecnologías y procesos.

El planeta
por eso desarrollamos una visión circular para insumos y residuos.

La sociedad
por eso generamos oportunidades de desarrollo y empleabilidad.



Por Marizú Olivera Orqueda

Nuevas ISO, nuevos desafíos

En un contexto global donde la sostenibilidad y la lucha por la igualdad resultan prioridades indiscutibles, las empresas deben adaptarse rápidamente a nuevas exigencias. En este panorama, la adopción de normas ISO se ha vuelto esencial para aquellas compañías que buscan no solo cumplir con las regulaciones, sino también liderar el camino hacia una economía más verde y responsable. ¿Cuáles son las nuevas normas? ¿Qué desafíos enfrentaran las compañías?

En los últimos años, las normas ISO han evolucionado significativamente para incorporar criterios AES (Ambientales, Sociales y de Gobernanza) de manera más integral. Este enfoque responde a una creciente demanda de inversores, consumidores y reguladores por mayor transparencia y responsabilidad corporativa en la gestión de los impactos ambientales y sociales de las empresas.

Ahora, ¿Cuáles son las nuevas normas sobre las que se están trabajando desde una mirada de Sustentabilidad? **Cristian Vázquez, gerente de Gestión y Sostenibilidad de Normalización de IRAM y María Aurora Agulló, coordinadora técnica de la Gerencia de Gestión y Sostenibilidad**, explican que hoy en día las empresas se enfrentan a una compleja combinación de tendencias sociales,

ambientales, de mercado y tecnológicas. “Las normas nacionales (IRAM) e internacionales pueden ayudar a las organizaciones a prosperar y crecer, al tiempo que resuelven algunos de los mayores desafíos del mundo, marcando una verdadera diferencia para nuestro planeta”, detallan y remarcan que cuando se habla de sostenibilidad “son cada vez más las áreas desde las cuales se puede abordar el concepto: ambiente, construcción, alimentos, turismo, finanzas, maquinaria agrícola y forestal, salud, movilidad y transporte, por nombrar solo algunos. Así lo entienden, también, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. Para alcanzar estas metas, es necesario el compromiso de todas las personas, pero, el sector privado, sin dudas, cumple un rol fundamental”.



María Aurora Agulló
coordinadora técnica de
la Gerencia de Gestión y
Sostenibilidad

Cristian Vázquez
gerente de Gestión
y Sostenibilidad de
Normalización de IRAM

En este marco **Vázquez y Agulló** indican que de acuerdo con la [encuesta global del Pacto Mundial de las Naciones Unidas \(2020\)](#), solo el 39% de las organizaciones sondeadas alineó sus estrategias con los ODS, mientras

que el 57% estaba tomando medidas para integrarlos en sus operaciones. “Desde IRAM ofrecemos un servicio de verificación destinado a organizaciones de todo tipo que busquen demostrar ese compromiso con el desarrollo de estrategias de sostenibilidad y dar cuenta de que cumplen con ciertos ODS en concreto vinculados al core de su negocio”, explican.

En relación con los ODS, los especialistas destacan que, en la última Reunión Anual de ISO realizada del 9 al 13 de septiembre, se presentó un documento para que las organizaciones puedan contribuir de manera efectiva con los ODS (ISO/UNDP PAS 53002:2024), disponible en español de manera gratuita. “Esta guía es el resultado del trabajo conjunto entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNPD) e ISO para que las organizaciones logren pasar de la alineación con los ODS a la acción. Asimismo, se encuentra en estudio el documento ISO/UNDP 53001 ‘Sistemas de gestión para los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU – Requisitos’, del cual estamos participando activamente, que será certificable y se complementará con la mencionada verificación”, detalla Marcela Carignani.

Los especialistas comentan que actualmente, desde el comité de gestión ambiental ISO/TC207 que integran en IRAM, se trabaja en el desarrollo de nuevas normas vinculadas a la gestión ambiental, auditoría e informes relacionados, etiquetado, evaluación del desempeño, análisis del ciclo de vida, y gases de efecto invernadero, entre muchos otros temas.

Hidrógeno: regular el uso y producción de hidrógeno como fuente de energía limpia

IRAM participa en ISO representando a la Argentina y, específicamente, en el ISO/TC197 Hidrogen Technologies (tecnologías del hidrógeno). Actualmente existen 26 normas en proceso y 21 ya publicadas por este ISO/TC197. Entre ellas, “las normas que tienen más relevancia para IRAM están relacionadas con la calidad del hidrógeno (ISO 14687), con las consideraciones de seguridad para los sistemas de hidrógeno (ISO/TS 15916), con hidrolizadores (ISO/DIS 22734-1) y con el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a la producción del hidrógeno (ISO 19870)”, detalla Silvina Suzuki.

“Adicionalmente, hay normas relacionadas con las estaciones de servicio, los dispositivos y accesorios para los tanques de almacenaje (tanto estacionarios como de vehículos) y los surtidores. También existen normas vinculadas al hidrógeno líquido, gaseoso o criocomprimido y a vehículos terrestres y aéreos”, concluye la referente técnica de la Gerencia de Gestión y Sostenibilidad de IRAM.

¿Cuáles son los avances en materia de certificación de normas y cómo se espera que éstas impacten en la gestión residuos?



Luis Trama
coordinador técnico de
la Gerencia de Gestión
y Sostenibilidad

Al respecto **Luis Trama, coordinador técnico de la Gerencia de Gestión y Sostenibilidad junto a Marcela Carignani**, explican que desde IRAM se busca apoyar a las organizaciones en su transición hacia prácticas más circulares. “Participamos activamente en el desarrollo de normas internacionales, ofrecemos servicios de evaluación de la conformidad (certificaciones, verificaciones y validaciones) y capacitaciones de valor”, indican y agregan que en el campo de la normalización, “nos enorgullece haber desempeñado un papel crucial: junto a especialistas globales, desde nuestro Subcomité de Economía Circular, hemos trabajado en normas, que ya se encuentran publicadas”. Ellas son:

- **ISO 59004:** Vocabulario, principios y guía para la implementación. Establece un marco común de términos y conceptos clave para la EC aplicable a todo tipo de organización. Cabe destacar que la traducción al español ha sido liderada por la secretaria del organismo de estudio, Nadia Mazzeo.
- **ISO 59010:** Guía para la transición de modelos de negocios y redes de valor. Proporciona estrategias para transformar estos modelos y redes hacia la circularidad, promoviendo la reutilización y el reciclaje.
- **ISO 59020:** Medir y evaluar el desempeño circular. Determina requisitos y directrices para que las organizaciones puedan llevar a cabo este proceso en el marco de sistemas económicos definidos.

Trama y Carignani indican que próximamente, se publicará la ISO 59040: Hoja de circularidad de producto, que ayudará a documentar y comunicar el ciclo de vida de los productos de manera transparente. “Y, a su vez, estamos avanzando en la ISO 59014: Sustentabilidad y trazabilidad en la recuperación de materiales secundarios – Principios, requisitos y guía, que garantizará la gestión sostenible de los materiales secundarios”, aseguran.

Por último puntualizan que los conceptos generales de gestión de recursos y residuos, de alguna manera, “son transversales a todas estas normas. No obstante, quizás con mayor especificidad se encuentran en la ISO 59020 y en la futura ISO 59040.”

¿Cómo aborda IRAM la inclusión de perspectiva de género en las normas y que impacto se espera sobre este abordaje?

Sobre este tema **Analía Purita, coordinadora técnica de la Gerencia de Gestión y Sostenibilidad de IRAM, junto a Silvina Suzuki, coordinadora técnica de la Gerencia de Gestión y Sostenibilidad**, detallaron que en agosto de este año, se adoptó como IRAM-ISO a la traducción oficial al español de la norma ISO 53800 “Directrices para la promoción e implementación de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres”, la cual actúa como catalizador para ayudar a organizaciones de todo tipo, incluidas las industrias, a alcanzar el ODS 5 (Objetivo de Desarrollo Sostenible 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas).

“Se trata de un documento que brinda orientación sobre cómo promover e implementar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Además, propone directrices para ayudar a que las a las organizaciones públicas y privadas desarrollen sus capacidades para lograr una cultura de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres. Presenta un marco, recursos, políticas, herramientas y buenas prácticas para contextualizar, promover e implementar la igualdad de género con la finalidad de que estas organizaciones avancen de forma sostenible en estas cuestiones”, detallan las expertas al respecto.

Así mismo, analizan que, en relación con la sostenibilidad, la IRAM-ISO 53800:2024 hace referencia a la compra sostenible, un poderoso instrumento cuando las organizaciones incluyen la necesidad de la igualdad de género. “Este concepto consiste en la realización de compras cuyo impacto ambiental, social y económico sea lo más positivo posible a lo largo del ciclo de vida y tiene como objetivo minimizar los



Analía Purita
coordinadora técnica de
la Gerencia de Gestión y
Sostenibilidad de IRAM

efectos negativos. Las nociones de comercio justo, transparencia y responsabilidad a lo largo de la cadena de suministro forman parte de la compra sostenible”, detallan.

Por otro lado, se indicó que, a la brevedad, **se comenzará a implementar la inclusión de la perspectiva de género en el estudio de todas las normas IRAM.**

“Adicionalmente, en IRAM desarrollamos la norma nacional IRAM 57001:2023 Sistemas de gestión para la equidad de género - Requisitos con orientación para su uso donde se plasman los requisitos a cumplir y orientaciones para implementarlo en los anexos (relacionadas con denuncias de las violencias de género, con objetivos e indicadores y con los perfiles y competencias de las personas expertas en género). Se busca el fortalecimiento de la equidad de género mediante la reducción de las brechas y la prevención y erradicación de las violencias de género. Al ser certificable, permite obtener un respaldo concreto que avala la gestión de la organización en este sentido”, concluyen Purita y Suzuki.

MetroGAS digitaliza la atención y mejora eficiencia y sostenibilidad

La distribuidora de gas natural implementó el sistema AVM, que digitaliza las gestiones de alta y reconexión de usuarios, reduciendo \$25 millones en costos anuales y reduciendo su huella de carbono en 832 kg por año, mejorando así la eficiencia y contribuyendo a sus objetivos de sustentabilidad.

MetroGAS ha implementado un innovador Sistema de Atención a Matriculados (AVM) que ha transformado profundamente la forma en que se gestionan las altas y reconexiones de usuarios, ofreciendo importantes mejoras en transparencia, eficiencia operativa y sustentabilidad. Este sistema digital reemplazó los antiguos legajos en papel, reduciendo significativamente los tiempos de espera y eliminando problemas como la pérdida de información o los altos costos de impresión y traslado de documentos.

El sistema, que permite a los gasistas matriculados realizar sus presentaciones de manera virtual, también ha mejorado la experiencia de los usuarios al ofrecerles un seguimiento en tiempo real del estado de sus trámites. Ahora, tanto los gasistas como los clientes reciben notificaciones automáticas sobre el avance de sus solicitudes, lo que ha reducido notablemente los tiempos de inspección y ha facilitado una gestión mucho más ágil y transparente. "Este proyecto implicó un trabajo colaborativo

entre cuatro direcciones. La plataforma no sólo representa un avance tecnológico, sino que está profundamente enfocada en nuestras prioridades estratégicas: el cliente en el centro de todas nuestras acciones, la mejora continua de procesos y la excelencia operativa", explica Sebastián Mazzucchelli, Director Comercial de MetroGAS.

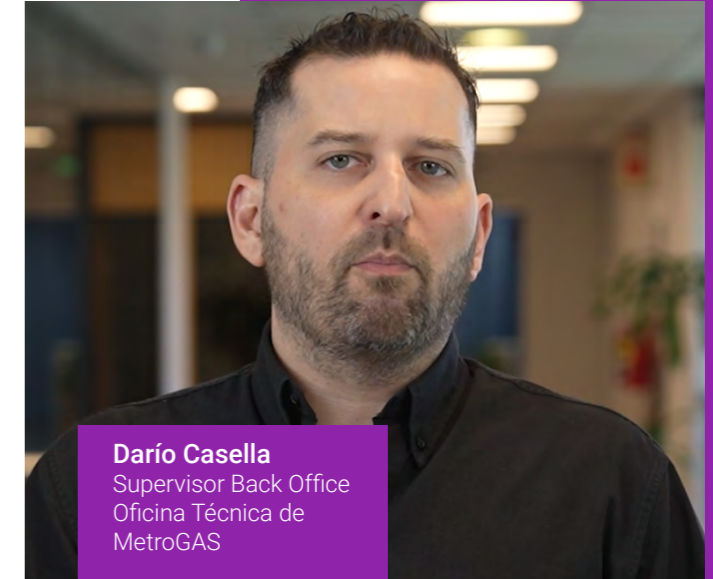
Este avance no solo impacta positivamente en la atención al cliente, sino que también genera importantes beneficios para la empresa. La digitalización de los legajos permitió un ahorro anual inicial estimado en 25 millones de pesos, gracias a la eliminación

"La plataforma no sólo representa un avance tecnológico, sino que está profundamente enfocada en nuestras prioridades estratégicas.."

*— Sebastián Mazzucchelli,
Director Comercial de MetroGAS-*



Sebastián Mazzucchelli
Director Comercial de MetroGAS



Darío Casella
Supervisor Back Office Oficina Técnica de MetroGAS

de gastos asociados a la impresión, almacenamiento y transporte de documentos físicos. Para 2025, se proyecta que este ahorro podría superar los 80 millones de pesos. Darío Casella, Supervisor Back Office Oficina Técnica de MetroGAS, destaca que "Hoy los gasista matriculados pueden generar las altas de servicio desde la oficina virtual durante las 24 horas, pueden hacer el seguimiento on line de todos sus trámites y cuentan con bot que esta disponible para guiarlos durante todo el proceso" detalla Darío Casella y agrega: "A su vez, con esta plataforma buscamos una experiencia más ágil y flexible para nuestros clientes al mismo tiempo que tienen visibilidad de todos sus trámites".

El impacto ambiental es otro aspecto clave del Sistema AVM. A partir de la eliminación del uso de papel y la reducción de traslados físicos de documentos la distribuidora de gas natural redujo su huella de carbono en 832 kilogramos anuales, contribuyendo a los objetivos de sustentabilidad de la compañía. Hasta la fecha, más de 21.000 legajos fueron digitalizados, y se gestionaron más de 34.000 órdenes de trabajo en campo bajo esta nueva modalidad, lo que representa un importante avance en términos de eficiencia operativa.

MetroGAS ha implementado un nuevo Sistema de Atención a Matriculados, que digitaliza las gestiones de alta y reconexión de usuarios, mejorando la eficiencia, reduciendo costos y contribuyendo a sus objetivos de sustentabilidad.

"...con esta plataforma buscamos una experiencia más ágil y flexible para nuestros clientes ..."

— Darío Casella, Supervisor Back Office Oficina Técnica de

MetroGAS -

“Dentro de la ley todo se puede conversar; fuera de la ley, nada”

¿Cómo aborda el tema de las alianzas al implementar su estrategia de Inversión Social Privada desde la política de Compliance?

Creemos firmemente que la generación de alianzas, y la articulación entre instituciones de diversos ecosistemas, permite obtener mejores resultados. En Aconcagua Energía, cada vez que trabajamos con otras organizaciones, ya sean públicas o privadas, nuestros procesos pasan por el área de Compliance. Esto nos asegura que cada colaboración sea transparente. Como decimos: “dentro de la ley todo se puede conversar; fuera de la ley, nada”.

¿Cómo la innovación ha generado nuevas oportunidades de negocio o mejorado la competitividad?

La innovación es un proceso constante de repensar cómo hacemos las cosas. No solo lo asociamos a la tecnología, sino a la capacidad de transformar con resultados tangibles que mejoren la eficiencia y eficacia. Por ejemplo, estamos desarrollando un proceso de innovación en sustentabilidad con el equipo de IT, vinculado a nuestros indicadores del Reporte de Sostenibilidad, que pronto presentaremos. Creemos que será una forma innovadora de compartir nuestro trabajo en tiempo real.

¿Cómo utiliza la compañía la tecnología digital para avanzar en objetivos sostenibles, como IA o Big Data?

Nuestro equipo de IT trabaja en el mantenimiento e integración de un sistema que recopila datos en tiempo real, como los programas de operación, índices de producción y el plan de trabajo de equipos. Esto permite una toma de decisiones más rápida y mejora la eficiencia. Además, estamos evaluando el desarrollo de una plataforma para visualizar indicadores de gestión social, laboral y de recursos humanos en tiempo real, alineados a nuestro Reporte de Sostenibilidad. Aún no hemos



Juan M. Crespo
Gerente de Relaciones Institucionales,
Comunicaciones y Sostenibilidad

incorporado IA o big data, pero lo tenemos previsto a mediano plazo.

¿Cuenta con la posibilidad de monitorear los indicadores de sustentabilidad en tiempo real?

Aún no contamos con esa capacidad, pero estamos trabajando en una plataforma que nos permitirá hacerlo en el futuro cercano. Este desarrollo a medida está siendo llevado adelante por nuestro equipo de IT, y consideramos que será un paso clave para optimizar nuestra gestión en sustentabilidad.

¿Cómo afectan las regulaciones internacionales sus operaciones globales y cómo se están adaptando localmente?

Todas nuestras operaciones se realizan bajo estrictas normas de seguridad y cumpliendo con las leyes vigentes. Además, gestionamos nuestras actividades utilizando los indicadores más elevados de estándares internacionales, tal como reflejamos en nuestro Reporte de Sostenibilidad 2023. Nos esforzamos continuamente por mejorar nuestras prácticas y adaptarnos a las nuevas regulaciones ambientales globales.

“Aplicando IA, logramos que el recruitment sea más inclusivo e impulse la empleabilidad”



Mercedes Chalela
Gerente de Sustentabilidad y Comunicaciones
Externa de Aalsea Sudamérica.

De los tres ejes de sustentabilidad, ¿cuál prioriza Aalsea?

Nuestro modelo está compuesto por tres pilares: crecimiento, desarrollo y balance. Integra todos los aspectos de nuestra operación para responder a las inquietudes de nuestros grupos de interés, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Como líderes en la industria gastronómica, nuestra mayor contribución está en combatir el hambre, generar empleo y oportunidades de desarrollo. Además, minimizamos nuestro impacto ambiental mediante la optimización de recursos, reducción de residuos y el diseño de tiendas más amigables con el ambiente.

¿Cómo la innovación en sustentabilidad ha generado nuevas oportunidades de negocio o ha mejorado la competitividad en Aalsea?

La innovación en sustentabilidad ha sido un motor clave para nuevas oportunidades de negocio y la mejora de nuestra competitividad en Aalsea. Un ejemplo claro es el desarrollo de nuestras “Directrices de Construcción de Tiendas Verdes”, que aplican criterios de diseño y construcción sostenibles, reduciendo costos operativos y

mejorando nuestra eficiencia energética. Además, nuestras iniciativas de reciclaje y gestión de residuos han permitido transformar desechos en recursos valiosos, como la conversión de aceite en biodiesel, reduciendo así nuestra huella ambiental.

¿Cómo están utilizando la tecnología digital para avanzar en objetivos sostenibles como la IA o Big Data?

Aalsea es por sobre todas las cosas un gran generador de empleo y de oportunidades de desarrollo. Nuestro equipo regional está compuesto por más de 15.000 personas. Un proceso donde venimos aplicando AI y que tiene un impacto positivo en la comunidad, es el de Selección. Tenemos una herramienta donde los postulantes van completando juegos y les arroja un reporte, que no solo nos ayuda a identificar candidatos potenciales para nuestra operación, sino que les brinda una instancia de desarrollo y mayor autoconocimiento a ellos, queden seleccionados o no. También nos permite garantizar un proceso inclusivo y diverso que se basa en habilidades cognitivas. Aplicando esta AI logramos que el recruitment sea más inclusivo e impulse la empleabilidad de todas las personas que participan.

¿Monitorear los indicadores de sustentabilidad en tiempo real? Si es así, cuáles son las ventajas de contar con esta digitalización

Analizamos indicadores de resultado y de gestión, lo que nos permite realizar avances más certeros y medir nuestro impacto de manera integral. En 2024 estamos implementando por ejemplo el Energy Management System (EMS), una herramienta tecnológica que brinda información en tiempo real del consumo de energía de cada tienda, lo que te permite corregir los desvíos en el momento y facilita la toma de decisiones informadas para llevar una gestión más efectiva de nuestros recursos.

“La tecnología fue el punto de partida para la Camuzzi que hoy conocemos”



Rodrigo Espinosa
Gerente de Relaciones Institucionales de Camuzzi

¿De los tres ejes que pueden determinar una estrategia de sustentabilidad -Negocio, ambiente, sociedad- en cuál hace más foco la trazada por Camuzzi Gas?

En el caso de nuestra compañía, los tres ejes se ubican dentro de un mismo nivel de prioridad y es imposible abordarlos de manera aislada. Operamos un servicio público vinculado a un recurso natural escaso como el gas natural, y nuestra área de concesión abarca siete provincias de Argentina, incluyendo áreas protegidas. Por ello, nuestra operación requiere una política ambiental robusta y sostenida en el tiempo. Si miramos el core del negocio, también vemos cómo la sustentabilidad está presente. Camuzzi es una empresa con un fuerte protagonismo de la tecnología, que ha transformado un modelo de gestión tradicional en uno ágil y moderno. Por último, en el plano social, hemos implementado proyectos educativos, de promoción del empleo y culturales que han robustecido la reputación de nuestra compañía.

¿Cómo aborda el tema de las alianzas a la hora de implementar su estrategia de Inversión Social Privada desde la política de Compliance?

Entendemos la generación de alianzas como fundamental para impulsar mejoras. Hemos trabajado con organizaciones de la sociedad civil y, para dotar de transparencia a los procesos, hemos implementado normativas como un “Código de Ética”, un “Protocolo de buenas prácticas en la interacción con el sector público”, una “Política de conflicto de intereses”, y una “Política de donaciones”. También contamos con una línea ética de denuncias confidenciales y anónimas. Estas políticas están gestionadas por la Gerencia de Compliance, que participa activamente en la gestión y definición de nuestra estrategia de sustentabilidad.

¿Puede proporcionar ejemplos de cómo la innovación en sustentabilidad ha generado nuevas oportunidades de negocio o ha mejorado la competitividad de la compañía?

Definitivamente, la incorporación de tecnología fue el punto de partida para la Camuzzi que hoy conocemos. Casi el 96% de nuestros usuarios interactúa de forma remota, lo que ha generado más de 100 millones de notificaciones digitales en 2023. Esto mejoró la cobrabilidad y reducción la morosidad, siendo pioneros en el sector. Estas innovaciones se extienden a toda la organización, desde los instaladores matriculados, que gestionan trámites a través de portales digitales, hasta la interacción con proveedores, con quienes hemos licitado obras, adquiridos materiales y servicios por más de \$ 22.315.500.000 en 2023.

¿Cómo está utilizando la compañía la tecnología digital para avanzar en objetivos sostenibles como la IA o Big Data?

Hemos incorporado procesos de Big Data e inteligencia artificial para estar más cerca del usuario y mejorar los procesos de interacción. Nuestro chatbot canaliza un porcentaje importante de consultas y se retroalimenta constantemente. También analizamos históricos de pago para anticipar comportamientos y adaptar la gestión. Además, utilizamos IA y Big Data para prever picos de consumo en función de variables climáticas, lo que nos permite mejorar la gestión operativa.

La tecnología nos hace más rápidos y eficientes. Aunque comenzó en atención al cliente y operaciones, pronto todas las áreas de la compañía adoptarán IA y Big Data para mejorar la sostenibilidad de nuestras operaciones y optimizar la toma de decisiones a largo plazo.

“La movilidad enfrenta el desafío urgente de reducir emisiones”

¿En cuál de los tres ejes de sustentabilidad hace más foco Toyota y por qué?

En Toyota Argentina, nuestra estrategia de sustentabilidad es transversal al negocio y se basa en cuatro pilares clave: gobierno corporativo, ambiente, educación con foco en empleabilidad e innovación para la movilidad. Sin embargo, queremos resaltar la importancia del eje ambiental. La industria de la movilidad enfrenta el desafío urgente de reducir las emisiones de gases para mitigar el calentamiento global. Nos proponemos alcanzar la neutralidad de carbono en todo el ciclo de vida de nuestros productos para el año 2050, estableciendo planes quinquenales con objetivos claros. Ejemplos de esto son nuestra planta en Zárate, que utiliza 100% energía eléctrica renovable, y nuestros vehículos híbridos, que ya están generando un impacto real en la reducción de emisiones.

¿Cómo aborda el tema de las alianzas en su estrategia de Inversión Social Privada?

Nuestro compromiso con un desempeño ético y transparente está impulsado desde los máximos directivos. Desarrollamos políticas de ética y mecanismos de cumplimiento que refuerzan esta cultura. El Toyota Way promueve la mejora continua y el respeto por las personas, permitiéndonos contribuir al desarrollo de la sociedad. Buscamos construir relaciones a largo plazo basadas en la confianza, y para ello, desarrollamos alianzas con organizaciones sociales alineadas a nuestros valores. Nuestro proceso de evaluación de alianzas incluye aspectos de transparencia y ética, asegurando que las organizaciones cumplen con nuestros estándares de integridad.

¿Cómo afectan las regulaciones internacionales de sustentabilidad a las operaciones globales de Toyota y cómo se están adaptando localmente?

Acá en Argentina, producimos la pick-up



Eduardo Kronberg,
Gerente General Regional de Sustentabilidad de Toyota Argentina

Hilux, que exportamos a 22 países de América Latina. Adaptamos nuestros productos a las regulaciones de cada destino, especialmente en emisiones. Contamos con un laboratorio de control de emisiones, único en la industria automotriz local, que asegura que cumplimos con los estándares de homologación. También monitoreamos continuamente cambios en la normativa ambiental y mantenemos un diálogo fluido con nuestra casa matriz en Japón para anticiparnos a posibles cambios regulatorios en el país.

¿Puede proporcionar ejemplos de cómo la innovación en sustentabilidad ha generado nuevas oportunidades de negocio en Toyota?

Un ejemplo notable es Kankei, nuestro programa de innovación en economía circular, donde reconceptualizamos los residuos para convertirlos en insumos de nuevos productos. Junto a proveedores, hemos logrado transformar plásticos de descarte en antenas para la Hilux y ropa de trabajo en paneles insonorizantes. Esto no solo reduce el impacto ambiental, sino que también disminuye costos. Al alinearnos con los ejes clave de sustentabilidad promovidos por nuestra casa matriz, reafirmamos nuestro compromiso con los objetivos globales.

“Cero Emisiones Netas para 2050: Un Objetivo de Toda la Sociedad”



Verónica Staniscia
Gerenta de Relaciones
Corporativas de Shell

¿Qué eje de la sustentabilidad prioriza su compañía?

El enfoque de Shell incluye los tres ejes: negocio, ambiente y sociedad. En 2021, lanzamos nuestra estrategia global Impulso al Progreso (Powering Progress), que establece cuatro pilares clave: Cero Emisiones Netas para 2050, Respetar la Naturaleza, Impulsar el Bienestar de las Personas y Generar Valor. Estos pilares se interconectan para abastecer de más energía y más limpia a una demanda en crecimiento, mientras buscamos lograr cero emisiones netas para 2050.

¿Cómo aborda Shell las alianzas dentro de su estrategia de Inversión Social Privada y Compliance?

La política de Ética y Cumplimiento de Shell es muy exigente. No hay programa, acción o alianza que no pase por un demandante proceso de revisión (screening) antes de ser aprobado. En Neuquén, donde están nuestras operaciones, contamos con un robusto Plan de Inversión Social con las comunidades vecinas de San Patricio del Chañar y Añelo. Lo diseñamos junto con más de 25 organizaciones civiles, privadas y públicas, ayudándolas a cumplir con nuestro proceso de compliance.

¿Cómo la innovación en sustentabilidad ha mejorado la competitividad de la compañía?

Un caso clave ocurrió durante la pandemia, cuando no podíamos llegar a las operaciones para asistir a nuestros trabajadores. En esos momentos, fueron los vecinos quienes nos ayudaron a mantener nuestras actividades esenciales. Gracias a su apoyo, logramos seguir

operando y creciendo, particularmente en Vaca Muerta. Sin ese respaldo, hoy no tendríamos el desarrollo actual en la zona.

¿Cómo está utilizando la compañía la tecnología digital para avanzar en sus objetivos de sustentabilidad?

La tecnología es fundamental en nuestra industria, y Shell ha estado siempre a la vanguardia. En sustentabilidad, usamos tecnología para la detección, monitoreo y reducción de emisiones. Shell Argentina es una de las dos compañías del país que forma parte de la iniciativa OGMP 2.0 para la mitigación de emisiones de metano en la industria. Actualmente, estamos en el nivel 3 y trabajamos para alcanzar el Estándar de Excelencia (nivel 4-5), con el objetivo de reducir las emisiones de metano a 0,2% o menos para 2030.

¿Cómo impactan las regulaciones internacionales de sustentabilidad en sus operaciones?

Nuestros compromisos ambientales están alineados con el Acuerdo de París y los objetivos de Argentina. La meta de Cero Emisiones Netas para 2050 es un objetivo de toda la sociedad, y necesitamos que todos, desde operadoras hasta clientes, trabajen juntos. Con motivo de nuestro 110° aniversario, convocaremos a un espacio de diálogo entre compañías, reguladores y especialistas para avanzar hacia esta meta.

“La minería de bitcoin ahora es parte de nuestra solución energética sostenible”

¿Cómo aborda el tema de las alianzas a la hora de implementar su estrategia de Inversión Social desde la política de Compliance?

La estrategia de Inversión Social se implementa desde la gerencia de Relaciones Institucionales y Sostenibilidad, alineada con las políticas de Compliance. Adoptamos un enfoque riguroso para garantizar que todas las partes interesadas cumplan con estándares de integridad y transparencia, aplicando controles exhaustivos a terceros. Esto asegura que nuestras iniciativas generan impacto positivo y se realizan de manera ética.

¿Puede dar ejemplos de cómo la innovación en sustentabilidad ha generado nuevas oportunidades?

La innovación es parte de la cultura de YPF Luz, entendida como una herramienta para encontrar nuevas soluciones energéticas y oportunidades de negocio para diversificar la matriz energética argentina. Un caso destacado es la puesta en operación de la Central Térmica Bajo del Toro, un proyecto innovador que permite aprovechar el gas de las actividades de exploración de YPF para abastecer con energía las instalaciones mineras de bitcoin de Genesis Digital Assets Limited (GDA), empresa que opera 20 centros de datos en todo el mundo. Esta iniciativa reduce las emisiones de gases de efecto invernadero, hace un uso eficiente de la energía y monetiza el gas de combustión que, de otro modo, hubiera sido liberado a la atmósfera. El gas se reaprovecha para generar energía eléctrica destinada a la minería de bitcoin, una industria con alta demanda de energía, sin afectar la disponibilidad de la red de energía eléctrica del país y contribuyendo con una solución sostenible.

¿Cómo están utilizando la tecnología digital para avanzar en objetivos sostenibles, como la IA o el Big Data?



Mariana Iribarne
Gerente de Sustentabilidad de YPF Luz

YPF Luz ha puesto en marcha la operación remota de sus activos renovables, lo cual representa un avance importante en innovación, eficiencia y digitalización. El Centro de Operación Remota (COR) supervisa y opera todos los activos renovables de la compañía, distribuidos en cuatro provincias, desde la sede en Torre Puerto Madero, Buenos Aires.

¿Cuenta con la posibilidad de monitorear los indicadores de sustentabilidad en tiempo real? ¿cuáles son las ventajas de contar con esta digitalización?

Contamos con métricas ASG (ambientales, sociales y de gobernanza) para el seguimiento del desempeño. Las relacionadas a la operación y huella ambiental (huella de carbono y huella hídrica) están disponibles en tiempo real a través de PI Vision. Esta información está accesible tanto en las salas de control como en los dispositivos de los gerentes y colaboradores, lo que permite una toma de decisiones rápida y eficiente. Tener acceso a estos datos en tiempo real nos garantiza actuar de forma inmediata si es necesario corregir desvíos. Además, consolidamos los resultados de ASG mensualmente y los presentamos al Comité de Negocio.

Avanzando hacia un Futuro Sostenible: Liderazgo y Compromiso en la Transición Energética en Argentina”



Por Gustavo Castagnino, Director de Asuntos Corporativos, Regulatorios y Sustentabilidad | ESG de Genneia

En la era actual, marcada por la urgencia climática y la necesidad imperiosa de reducir nuestras emisiones de carbono, la energía renovable se erige como la piedra angular de nuestra transición hacia un futuro sostenible. Este cambio no es solo una opción, sino una obligación moral y práctica si deseamos preservar el planeta para las generaciones venideras. Argentina, beneficiada por la abundancia de recursos naturales, ocupa una posición privilegiada en este proceso de transformación energética.

El cambio hacia una economía más verde, que reconfigure los fundamentos sobre los cuales se ha construido hasta ahora, impulsa al sector privado hacia programas de sustentabilidad y responsabilidad social de largo alcance, generando impactos positivos en el ambiente y la sociedad.

Se observa un creciente reconocimiento de la importancia estratégica de la energía para nuestro desarrollo, lo cual ha motivado un compromiso unánime de todos los actores hacia una agenda de transición energética. Simultáneamente, el sector energético debe aspirar a condiciones más virtuosas para cumplir con los objetivos de descarbonización, tanto a nivel corporativo como nacional.

Además, es crucial mantener un diálogo constante con funcionarios del gobierno a todos los niveles —nacional, provincial y municipal— para promover la construcción de infraestructura necesaria.

“Una transición energética efectiva requiere no solo inversión en renovables, sino también un marco regulatorio estable que garantice el cumplimiento de los objetivos.”

Para avanzar de manera efectiva, es esencial

una planificación energética integral que facilite una transición ordenada. En una industria como la nuestra, donde los planes de inversión se extienden a largo plazo, se requiere un marco regulatorio estable que asegure el respeto a los contratos y garantice la estabilidad fiscal.

En Genneia, reafirmamos nuestro liderazgo en energías renovables en Argentina, superando los 1.004 MW de capacidad instalada, un hito sin precedentes en nuestro país. Esto representa el 19% de la potencia total instalada, con un 21% proveniente de energía eólica y un 12% de energía solar, subrayando nuestro compromiso continuo con el medio ambiente.

Nuestros objetivos se centran en sostener firmemente nuestro liderazgo en energías renovables, a través de un modelo de gestión de triple impacto, basado en la transparencia, la integridad y la mejora continua, identificación,

reducción y compensación de emisiones; continuar reforzando la construcción de valor para nuestras comunidades y desarrollar nuestra cadena de valor, bajo criterios de inclusión local, ambiental y social.

Comprometidos con la transición energética, continuamos apostando por la sustentabilidad mediante inversiones en desarrollo y construcción de proyectos. Apoyamos activamente los planes de expansión del sistema de transporte liderados por el Estado Nacional, para integrar más energías renovables en la matriz energética.

Esta estrategia integral no solo facilitará el futuro de la energía renovable en Argentina, sino que también reforzará nuestro compromiso con un desarrollo sustentable y resiliente frente a los desafíos climáticos globales.



Conocé las iniciativas de Galicía Sustentable que impactan positivamente en la comunidad y el ambiente

Financiamiento Sostenible ✕

Acción por el Clima ✕

Desarrollo Local ✕

Diversidad e inclusión ✕

Educación Financiera ✕



Transición energética: el desafío de la logística en Argentina



Por Lic. María Fernanda Martínez Linares*

La transición ha llegado para ser un nuevo vector en el diseño económico mundial. Los costos derivados del cambio climático son evidentes, y los compromisos firmados a partir del "Acuerdo de París", implicarán que todos los países deban adecuarse con planes de mitigación, que impliquen una responsabilidad compartida de las naciones, empresas e inclusive de todos los ciudadanos.

Se estima que las emisiones mundiales del sector transporte y logística se encuentran en el orden del 24%, y que crecerán en el futuro, producto de la mayor circulación de mercancías, servicios, pasajeros, pues su tendencia está en ascenso. Ahora bien, la descarbonización en los medios de transporte resulta uno de los procesos más complejos, porque requiere de energéticos de alta densidad calórica que otorguen autonomía, y del desarrollo de tecnologías vehiculares, de almacenamiento, que aún no están plenamente escaladas comercialmente y por consiguiente resultan costosas.

En este marco, podemos pensar que la salida hacia la transición no es única en todos los países, y depende de los puntos de partida, así, la estrategia europea, cuyas economías no producen el gas ni el petróleo mundial, y tienen distancias cortas que recorrer, está eligiendo el camino de la electrificación y los renovables, con foco en el hidrógeno verde a mediano plazo, mientras que Estados Unidos promueve la captura del carbono, la explotación del gas natural y el hidrógeno azul en el largo plazo.

La mejora ambiental es un claro objetivo, pero este fin no debe soslayar la necesidad de garantizar la competitividad de un sector que resulta central para permitir: la conectividad entre ciudades y puertos, el intercambio y las exportaciones de nuestro continente.

Sudamérica se encuentra en condiciones de afianzar un proceso de crecimiento, que incluye la exportación de recursos primarios, fósiles, minería, así como otros de mayor valor agregado. Nos encontramos ante una posibilidad histórica y la logística debe adaptarse activamente al nuevo paradigma, que implica emitir menos gases de efecto invernadero.

“...la transición energética y la descarbonización del transporte son claves para el futuro competitivo de Argentina y Sudamérica. Aprovechar los recursos de Vaca Muerta, las energías renovables y los biocombustibles no solo permitirá reducir las emisiones, sino que también abrirá oportunidades para exportar, generar empleo y fomentar la innovación tecnológica en el sector logístico.”

Todos los países de Latinoamérica compartimos un diagnóstico similar, una parte importante de nuestro comercio se mueve en camiones, más de un 90% lo hace de ese modo, las distancias

son de relevancia, y por ende los kilómetros recorridos. Todo eso imprime un debate que se diferencia de lo que acontece en el mundo desarrollado.

En este marco, Argentina ha afianzado su productividad en la extracción no convencional de gas natural y petróleo, en donde el reservorio de "Vaca Muerta" y la infraestructura de gasoductos, estaciones de carga de gas comprimido, permitirán cambiar la matriz energética local y la de Sudamérica. Las energías renovables, solar y eólica, permiten pensar en electricidad limpia, que llegará a representar el 25% del despacho eléctrico en un breve lapso. Poseemos un parque productor de biocombustibles de escala y moderno, que también permite pensar otros caminos.

En este contexto, Argentina debería aprovechar las infraestructuras disponibles en la actualidad, pues, siendo el octavo país más extenso del mundo, su consumo de energía representa más de un 33% de la demanda energética del país, y su distribución implica altas inversiones en suministro a lo largo de un espacio muy extenso.

La logística es la que permitirá alcanzar competitividades en los mercados de consumo

y para ello se deben considerar los aspectos económicos de la futura transición. La estructura de precios muestra que la competitividad económica puede mantenerse e incluso mejorar, actualmente en Argentina el Euro-Diesel alcanza (valores promedio) a los USD 1,34 el litro, el Diesel Común los USD 1,09 el litro y el GNC a los USD 0,61 el litro, es decir casi un -50% menos. Las fuentes renovables han ganado espacio con un costo de generación promedio de los USD por 60 MWh, otro tanto ocurre con la producción de biocombustibles, terreno en el que ya existe una experiencia de alcance mundial.

En este sentido, si se cuenta con políticas claras que estén diseñadas a incentivar las inversiones y promover el uso de los nuevos combustibles más competitivos, la transición es una oportunidad que excede al mercado local, y que puede resultar un engranaje para que Argentina exporte, permita alcanzar empleos de calidad, aumente el valor agregado y logre desarrollar autonomía tecnológica en el segmento vehicular y de expendio de combustibles.

*Economista Especializada en Energía, Economía y Sustentabilidad



NOS UNE EL COMPROMISO CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE NUESTRO PAÍS.



Impacto y reducción de emisiones

Grupo Ledesma implementa un programa para reducir la huella de carbono de sus transportistas, capacitándolos en el cálculo y la reducción de emisiones. Utilizando la metodología GLEC y resultados prometedores se establece como un modelo a seguir en la industria.

Desde octubre del año pasado, Grupo Ledesma desarrolla un innovador programa de capacitación para reducir la huella de carbono de sus transportistas. Este proyecto tiene como objetivo principal formar a los transportistas en el cálculo de las emisiones de carbono de su flota y ofrecerles herramientas para disminuirlas, lo que repercute en mejoras en el consumo de combustible.

“Si bien Ledesma tiene un uso intensivo de camiones a partir de la contratación de empresas de transporte buscamos avanzar en un programa de transporte sustentable para minimizar nuestras emisiones”, explica Gustavo Santiago, Gerente de Logística de Grupo Ledesma, y explica que esta iniciativa se suma al trabajo que están realizando para incrementar el uso del tren en lo que hace a trayectos que implican grandes recorridos.

El programa se basa en la metodología GLEC (Global Logistic Emission Council), desarrollada por la ONG Smart Freight Center, con sede en los Países Bajos. Santiago explica que el enfoque de esta metodología está en la introducción a la logística sustentable: *“Incluye distintos temas como calcular, reportar y establecer objetivos para reducir emisiones. El programa aprovecha la infraestructura que tienen hoy los transportistas, trabajando con lo que ya existe y mejorando el*

consumo mediante prácticas más eficientes, como optimizar el tiempo de inactividad de los vehículos o ajustar la velocidad de conducción”.

La iniciativa sigue un esquema progresivo en el que los transportistas recibieron formación teórica en dos módulos iniciales: *“El módulo 1 está orientado a nivelar los conocimientos teóricos de logística sustentable. En el módulo 2, se les enseñó la metodología GLEC para calcular las emisiones y organizar planillas de control. Finalmente, el tercer módulo, realizado de forma presencial en Jujuy, fue más práctico y permitió a los transportistas presentar los resultados obtenidos en términos de reducción de emisiones”,* agrega Santiago.

Participación activa

Una de las empresas transportistas que participaron fue Lomex S.A. Agustín Sundblad, Jefe de Logística de la empresa, recuerda las primeras etapas del programa: *“La propuesta se tomó como un desafío interesante. Si bien Lomex ya venía trabajando en el ahorro de combustible, no habíamos hecho un control tan específico. Inicialmente, hubo muchas dudas, pero gracias al trabajo conjunto con Ledesma y la capacitación que recibimos, pudimos realizarlo correctamente”.*

Lomex, una empresa con más de 18 años de experiencia en el transporte de cargas para Ledesma, se propuso reducir las emisiones de CO2 en sus operaciones. Sundblad resalta la importancia del programa no solo por los beneficios económicos, sino también por su alineación con los objetivos medioambientales de la compañía: *“Todavía queda muchísimo por hacer, pero está claro que programas como este son el camino para lograr esos objetivos. Hoy en día, la sociedad evoluciona, y así deben hacerlo las empresas”.*



Héctor Paéz
Gerente de Innovación y Medio Ambiente de Grupo Ledesma

Por su parte, Carlos Gutiérrez García, responsable del Departamento de Infraestructura de la Fundación Profesional para el Transporte (FPT), brazo académico de la Federación Argentina de Entidades Empresarias del Autotransporte de Cargas (FADEEAC), subraya la importancia de la infraestructura y la capacitación en el desarrollo de un transporte más eficiente y seguro: *“El mal estado de las rutas influye en dos aspectos: la seguridad y la huella de carbono, al obligar a conducir de forma menos eficiente. Por eso, hemos estado desarrollando cursos específicos, como por ejemplo para la conducción en rutas de altura”.*

Gutiérrez García explica que el desafío de conducir en terrenos montañosos y con climas extremos es crucial en zonas como Jujuy, donde la minería y el turismo comparten rutas: *“Nos presentaron el desafío de tender las rutas de minería en alta montaña. Estas rutas tienen características especiales y es importante que el conductor esté capacitado para tomar decisiones críticas en situaciones extremas”.* -Ver recuadro-

Resultados y proyecciones

El programa comenzó con cinco transportistas de diferentes provincias (Santa Fe, Salta, Córdoba, San Luis y Tucumán) y luego se amplió a un número mayor, enfocándose en transportistas cercanos al complejo agroindustrial de Ledesma. Este crecimiento fue un reflejo del éxito inicial y del interés despertado entre los participantes.

Santiago destaca la importancia de continuar con el seguimiento: *“La segunda edición del programa comenzó en agosto y terminará a fin de año. Aunque todavía no hemos definido cuál será su continuidad, la idea es que siga creciendo y contagiando a más transportistas”*.



Gustavo Santiago
Gerente de Logística de
Grupo Ledesma

Además, uno de los aspectos más valorados por los participantes fue la oportunidad de intercambiar experiencias y buenas prácticas. *“Uno de los transportistas que llevamos trabaja con Ternium y está utilizando camiones bitrenes con tecnología de GNC, lo que genera un ahorro significativo en emisiones”*, señala.

El programa también tiene un impacto directo en los objetivos de sostenibilidad de Ledesma. Héctor Paéz, Gerente de Innovación y Medio Ambiente de Grupo Ledesma, explica que las emisiones

de Alcance 2 (las que provienen de actividades indirectas, como el transporte) son clave para la reducción de la huella de carbono de la empresa: *“El reporte de nuestro inventario de emisiones se desarrolló en base al Protocolo GHG, y allí se puede ver que las emisiones directas de Alcance 1 han disminuido en los últimos años. Sin embargo, este programa con transportistas busca también reducir las emisiones indirectas de Alcance 2 y 3, que es un desafío importante”*.

El compromiso de Grupo Ledesma con el medio ambiente se refleja en la importancia que le dieron a este programa piloto. Según Paéz, el trabajo conjunto entre la logística, la innovación y el medio ambiente es fundamental: *“Queremos asegurarnos de que este tipo de iniciativas no solo sean beneficiosas para la empresa, sino también para el entorno en el que operamos”*.

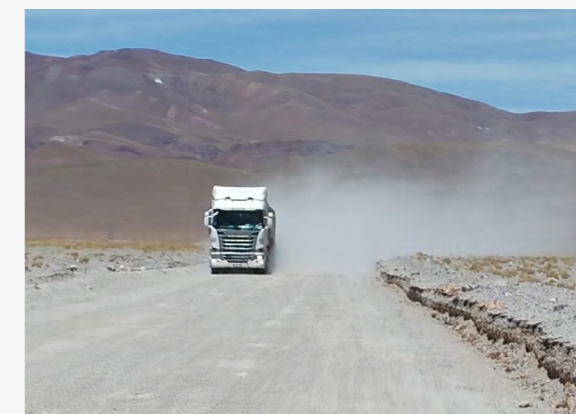
Un Futuro Sostenible

El programa de capacitación para transportistas del Grupo Ledesma representa un ejemplo de cómo las empresas pueden liderar iniciativas que contribuyan tanto al ambiente como a la eficiencia operativa y a la profesionalización de su cadena de valor. La combinación de la reducción de emisiones de carbono y la optimización de recursos, como el combustible, resulta en una doble ventaja para las empresas participantes.

A medida que el programa avanza y más transportistas se suman a esta iniciativa, se espera que su impacto crezca, no solo en términos de reducción de emisiones, sino también como un modelo a seguir para otras industrias en Argentina. Como señala Santiago: *“Veremos los resultados de este segundo grupo, pero la idea es que se vaya contagiando y despertando la necesidad de participar, combinando el tema de las emisiones con el ahorro de costos”*.

Fundación Profesional para el Transporte

La Fundación Profesional para el Transporte (FPT) es una institución dedicada a la investigación y formación continua de recursos humanos para todos los niveles del sector de la logística y el transporte de cargas. Cuenta con una Red Nacional de Capacitación compuesta por más de 80 Unidades Evaluadoras a lo largo y ancho de todo el país, más de 200 aulas-taller, y un Centro de Capacitación Profesional de 27 hectáreas, ubicado en Escobar. FPT es una organización líder en la capacitación y formación profesional a partir de un desarrollo único e integral de contenidos pedagógicos y herramientas de desempeño de evaluación y habilidades conductivas. Integrada por profesionales que cuentan con un amplio conocimiento y experiencia en el sector del transporte y la logística, a la fecha se han brindado 4 millones de capacitaciones. Entre los cursos de especialización que brinda la Fundación, se encuentra el de Conducción Segura, que ofrece herramientas para realzar el estándar de seguridad conductiva. El curso combina contenidos teóricos y prácticos a través de simuladores y aborda temas como la gestión de riesgos, la salud psicofísica y las técnicas de conducción. El objetivo es promover un alto estándar de seguridad conductiva



en los choferes profesionales del autotransporte de cargas, certificar de manera continua las competencias relacionadas a la gestión del riesgo de los conductores profesionales, a partir de la evaluación de estilos conductivos y del correcto análisis del entorno vial, y fomentar las buenas prácticas relacionadas al mantenimiento de la salud y concientizar respecto de su vínculo con las capacidades psicofísicas y la seguridad vial.

La sustentabilidad en el sector vitivinícola argentino: innovación, negocios y desafíos

El sector vitivinícola argentino, conocido mundialmente por la calidad de sus vinos, enfrentó en las últimas décadas un desafío crucial: integrar la sustentabilidad a todas sus operaciones. Este esfuerzo no solo busca preservar el ambiente y responder a las exigencias de los mercados internacionales, sino también garantizar la viabilidad económica a largo plazo. La sustentabilidad atraviesa cada aspecto del negocio vitivinícola, desde la producción hasta la logística, lo cual impulsa la innovación y mejora los procesos.

“Este paradigma nos prepara para estar a la altura de nuestros consumidores que, se espera, valoren tanto la calidad del vino como la forma en la que se produce”, afirma Mercedes Álvarez, subgerente de Sustentabilidad de Bodega Trivento. En este sentido, la experta destaca que la sustentabilidad impulsa la eficiencia y la responsabilidad ambiental y social en el sector mediante la adopción de tecnologías más eficientes, energías renovables y métodos de cultivo que preservan el suelo y reducen el uso de agroquímicos.

Luis Peña, gerente de Calidad y Sustentabilidad de Bodega Domaine Bousquet, coincide con su colega: “El sector produce un bien culturalmente valioso y complejo y, por eso, fue un precursor histórico en la innovación y el impulso de movimientos debido a la exigencia de sus clientes. En las empresas, esto se traduce en la adopción de prácticas sustentables más holísticas, considerando cada proceso y el impacto de sus actividades. Desde la perspectiva de la innovación, se busca la reducción de químicos, energías renovables, packaging ecológico, maquinaria y sistemas de riego más eficientes”, enfatiza.

Pero, además, la industria busca integrar a todos los actores de su cadena de valor mediante la generación de relaciones a largo plazo con proveedores y el desarrollo de la comunidad local. Estas prácticas no solo mejoran la imagen y la competitividad del negocio, sino que son el incentivo para lograr eficiencia y contribuir a la mitigación del cambio climático.



De acuerdo a Rocío Pareja Poquet, líder de Sustentabilidad en Bodega Luigi Bosca, la integración de la sustentabilidad en la estrategia del negocio es fundamental para el futuro de la industria vitivinícola global. “Permite que las organizaciones sean más resilientes ante los fenómenos climáticos extremos, más eficientes en el uso de los recursos y más competitivas en un mercado que valora cada vez más las prácticas responsables”, explica. Además, sostiene, las certificaciones y programas de sostenibilidad ayudan a diferenciar los productos en el mercado, atraen a más consumidores y mejoran la reputación de las marcas.

Estándares internacionales

En este contexto, las regulaciones internacionales jugaron un papel crucial en la optimización de procesos y productos del sector. “Fueron catalizadores para la mejora,

que empezó con calidad, uno de los primeros requisitos que se pidieron”, comenta Álvarez. Es decir que llevaron a un refinamiento en los procesos, inversiones en tecnologías más limpias y eficientes, una mayor transparencia y mayor responsabilidad en la producción.

“Estas normativas obligan al sector a cumplir con estándares más estrictos de calidad y sostenibilidad -reflexiona Peña-. Esto, naturalmente, lleva a inversiones en tecnología y capacitación, así como a la adopción de prácticas más ecológicas y eficientes que son el input del proceso natural de mejora continua”.

Y, aunque el proceso de certificación de una norma internacional es complejo, las ventajas competitivas que ofrece incentiva a las bodegas a mejorar en forma continua sus sistemas de Gestión, ya que les permite adoptar modelos de producción más eficientes,



mejorar la gestión de la documentación, garantizar la transparencia y trazabilidad de sus operaciones, minimizar su impacto ambiental y acceder a nuevos mercados.

“Sin embargo, uno de los retos más comunes suele ser el costo financiero que trae aparejado la implementación de nuevas prácticas y tecnologías para cumplir con los estándares requeridos, seguido por el cambio cultural que deben realizar todos los colaboradores que forman parte de la organización para adoptar la nueva modalidad de trabajo”, destaca Pareja Poquet.

Impacto ambiental

Además de las implicancias que suponen las diferentes certificaciones internacionales para la industria, otro de sus principales retos en materia ambiental es la reducción de la huella de carbono. “Tiene que ver con la

reducción de emisiones a lo largo de toda la cadena de suministro. Esto implica mejorar la eficiencia energética y las prácticas agrícolas que ayuden a secuestrar carbono, el uso de energías renovables, la utilización de insumos que incorporen material reciclado y que sean reciclables y la logística de llegada de insumos y salida de producto”, detalla Peña.

Según indica, Domaine Bousquet tiene un fuerte compromiso con la reducción de peso de botellas, que son parte del 18% de sus emisiones y que, en la industria en general, llegan a representar hasta al 30% de las emisiones de carbono. “En muchos mercados todavía se asocia la calidad del vino con el peso de la botella sin contemplar el impacto ambiental de la misma”, remarca Álvarez.

Pero además del tema logístico, Pareja Poquet también menciona la fase agrícola, cuyo gran desafío es la transición hacia modelos

productivos más sostenibles. “Esto implica implementar prácticas de agricultura de precisión para optimizar el uso de recursos, reducir el uso de fitosanitarios y reemplazarlos por productos de origen orgánico, optar por el manejo integrado de plagas y utilizar sistemas de riego más eficientes”, reflexiona.

De acuerdo a la líder de Sustentabilidad, si se tiene en cuenta la fase productiva hay que pensar en la implementación de modelos de gestión energética que permitan un uso cada vez más eficiente de la energía, incorporar fuentes de energía renovables, adoptar prácticas de conservación del agua, utilizar botellas de vidrio cada vez más livianas y trabajar en forma conjunta con los proveedores de insumos secos para reducir el embalaje de los productos y optar por utilizar materiales que luego puedan ser reciclados, reutilizados y/o biodegradados.

La gestión del agua es otro de estos desafíos. “La disponibilidad de agua es uno de los principales problemas: Mendoza es un desierto y necesitamos regar para el desarrollo de la vid”, subraya Álvarez. En respuesta a esta realidad, Trivento implementó riego por goteo y trabaja con riego de precisión para ser más eficiente en su uso.

Perspectivas de Futuro

La adopción de prácticas agrícolas sostenibles y la incorporación de tecnologías innovadoras son fundamentales para el futuro del sector. En este sentido, Álvarez

destaca la importancia de la tecnificación del riego y el uso de energías renovables. “En Trivento, tenemos un parque fotovoltaico que genera 450 MWh/año y compramos IRECs para compensar el resto de las emisiones provenientes de energía eléctrica”, menciona.

Para la bodega, la gestión de residuos es otro aspecto clave. En Trivento, por ejemplo,



se composta el 100% de los residuos de la elaboración y se utiliza el compost para mejorar los suelos de sus viñedos. “Tenemos como objetivo cero residuos a vertedero para 2030; hoy estamos enviando solo el 3%, el resto se recicla, composta o reutiliza”, sentencia.

Para que todo esto ocurra, el desarrollo de la comunidad local es esencial para una vitivinicultura sostenible. Para Peña es fundamental trabajar en los aspectos sociales, como la interacción con el ámbito educativo y el apoyo a centros de asociación

de trabajadores. “Es importante entender que todos los temas materiales están interrelacionados”, afirma.

La sustentabilidad en el sector vitivinícola argentino es un proceso en constante evolución que implica desafíos significativos pero también oportunidades para innovar y mejorar. Las normativas internacionales fueron tanto un catalizador como un reto, impulsando a las

bodegas a adoptar prácticas más responsables y sostenibles. Los desafíos ambientales y logísticos son considerables, pero las bodegas están implementando estrategias innovadoras para superarlos. En última instancia, la integración de la sustentabilidad a todas las operaciones del negocio es esencial para asegurar su viabilidad a largo plazo y responder a las crecientes expectativas de los consumidores globales.



“La sustentabilidad nos impulsa a innovar y mejorar en cada proceso, desde la producción hasta la logística, para estar a la altura de los mercados internacionales y garantizar la viabilidad económica a largo plazo.” – **Mercedes Álvarez, Bodega Trivento.**



“La vitivinicultura siempre ha sido pionera en innovación. Hoy, eso se traduce en prácticas sustentables que consideran cada proceso y su impacto.” – **Luis Peña, Bodega Domaine Bousquet.**



“La sustentabilidad es clave para que las bodegas sean más resilientes, eficientes y competitivas en un mercado que valora las prácticas responsables.” – **Rocío Pareja Poquet, Bodega Luigi Bosca.**

Luigi Bosca, custodios del terroir

La política de Sostenibilidad de Luigi Bosca forma parte de la bodega desde sus orígenes, en 1890. Se basa en preservar los recursos naturales, mitigar el impacto climático, potenciar el desarrollo de sus colaboradores, generar valor para la comunidad que se encuentra dentro de su área de influencia y elaborar productos de lujo con los estándares más altos de calidad y excelencia, a través de una cadena de valor que fortalezca a sus proveedores y supere las expectativas de sus clientes.

En los viñedos se hace un uso eficiente del agua de riego, que conserva la biodiversidad, preserva la fertilidad de los suelos y disminuye el uso de fitosanitarios. El 60 % de ellos cuentan con riego por goteo y la meta es llegar al 100 %, en los próximos tres años.

Para 2030, Luigi Bosca se propuso reducir en un 40% el consumo de agua, en un 30% el consumo de energía y reciclar el 98% de sus residuos. En la actualidad, la bodega consume 3,7 litros de agua por cada botella producida y su objetivo es llegar a los 2,8 litros por botella.

Además, certifica el Protocolo de Sustentabilidad de Bodegas de Argentina en todas sus fincas y alinea su estrategia de Sustentabilidad con los ODS definidos por las Naciones Unidas, como aporte para su consecución en 2030.

Programas:

Gestión del Agua

La bodega cuenta con caudalímetros que le permite monitorear el consumo diario, llevar indicadores y diseñar planes de acción para optimizar el uso del agua de manera progresiva. Además, posee una planta de tratamiento que le permite gestionar todos los efluentes líquidos y acondicionarlos

para que puedan ser vertidos en la red cloacal municipal. Los efluentes son finalmente reutilizados para el riego de cultivos en Área de Cultivos Restringidos Especiales (ACRES controlados).

Gestión eficiente de la energía y las emisiones

Desarrolla un modelo de gestión eficiente de la energía bajo los lineamientos de la Norma ISO 50001, con el objetivo de optimizar el consumo energético, reducir costos operativos, minimizar la emisión de gases de efecto invernadero y disminuir la huella ambiental de manera sostenible. A su vez, cuenta con el sistema de gestión de energía Power Management, que le permite monitorear los consumos por sector e implementar medidas para optimizar su uso.

Gestión circular de residuos

Los residuos que genera reingresan al sistema productivo como materias primas y se mantienen durante el mayor tiempo posible; eso permite minimizar la generación de residuos sólidos urbanos (RSU) y evitar el consumo de nuevos recursos naturales.

Comunidad

La bodega brinda talleres de cestería mediante la reutilización de materiales, junto con la Municipalidad de Luján de Cuyo, que están destinados a mujeres emprendedoras. El objetivo del taller es enseñar el oficio de la cestería y el tejido para elaborar productos de uso diario que luego puedan venderse. Además, la bodega posee una alianza con la cooperativa La Fortaleza de Mi Tierra, a la que le dona parte de sus residuos plásticos con el objetivo de colaborar con los recuperadores urbanos del municipio y así fomentar la inclusión social.

Las 100 empresas que lograron integrar la mirada del triple impacto en la gestión de su negocio

Accenture Argentina

Sector: Tecnología
Geolocalización: A nivel país
CEO: Sofía Vago
Cantidad de empleados: 13.000
Porcentaje de Hombres: 46,7%
Porcentaje de Mujeres: 53,3%
Posee área de sustentabilidad: Si - Corporate Citizenship
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Adecco Argentina

Sector: Consultoría en Recursos Humanos
Geolocalización: Noroeste, Cuyo, Litoral/ Mesopotamia, Centro, AMBA y Patagonia
CEO: Leandro Cazorla
Cantidad de empleados: 360
Porcentaje de Hombres: 29,3%
Porcentaje de Mujeres: 70,7%
Posee área de sustentabilidad: Si - Victoria Loza-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

ALSEA

Sector: Alimentos/Restaurantes y cafeterías
Geolocalización: A nivel país
CEO: Santiago Farinati
Cantidad de empleados: 14827
Porcentaje de Hombres: 46,1%
Porcentaje de Mujeres: 53,9%
Posee área de sustentabilidad: Si - Mercedes Chalela -
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Bitali (división confort y bienestar de Grupo Piero)

Sector: Fabricación de colchones y almohadas
Geolocalización: A nivel país
CEO: Javier Arriola
Cantidad de empleados: 1020
Porcentaje de Hombres: 88%
Porcentaje de Mujeres: 12%
Posee área de sustentabilidad: Si - Alejandro Beber-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Blue Star Group

Sector: Retail
Geolocalización: A nivel país
CEO: Martín Castelli
Cantidad de empleados: 2100
Porcentaje de Hombres: 7%
Porcentaje de Mujeres: 93%
Posee área de sustentabilidad: Si - Brais Ruiz García-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

BYMA

Sector: Mercado de Capitales
Geolocalización: Centro
CEO: Gonzalo Pascual Merlo
Cantidad de empleados: 400
Porcentaje de Hombres: 64%
Porcentaje de Mujeres: 36%
Posee área de sustentabilidad: Si - Julieta Artal Conte-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Andreani

Sector: Logística
Geolocalización: A nivel país
CEO: Carlos Cirimelo
Cantidad de empleados: 5952
Porcentaje de Hombres: 76%
Porcentaje de Mujeres: 24%
Posee área de sustentabilidad: Si - Gabriel Federico Pérez
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Apex America

Sector: Telecomunicaciones
Geolocalización: Noreste, Centro y AMBA
CEO: Alexander Boot
Cantidad de empleados: 11125
Porcentaje de Hombres: 33,28%
Porcentaje de Mujeres: 66,72%
Posee área de sustentabilidad: Si - Fernanda De Mora-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

Arca Continental

Sector: Alimentos y bebidas
Geolocalización: Noreste, Noroeste
CEO: Sergio Gimenez
Cantidad de empleados: 2400
Porcentaje de Hombres: 95%
Porcentaje de Mujeres: 5%
Posee área de sustentabilidad: Si -Romina Saravia Falcón-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Camuzzi

Sector: Oil&Gas
Geolocalización: Centro y Patagonia
CEO: Jaime Barba
Cantidad de empleados: 1703
Porcentaje de Hombres: 86%
Porcentaje de Mujeres: 14%
Posee área de sustentabilidad: Si -Rodrigo Espinosa-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Carrefour Argentina

Sector: Retail
Geolocalización: A nivel país
CEO: Candela Arias y Néstor Sist
Cantidad de empleados: 17000
Porcentaje de Hombres: 57%
Porcentaje de Mujeres: 43%
Posee área de sustentabilidad: Si - Yamila Scollo-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Cervecería y Maltería Quilmes

Sector: Alimentos y bebidas
Geolocalización: A nivel país
CEO: Martín Ticinese
Cantidad de empleados: 6233
Porcentaje de Hombres: 79%
Porcentaje de Mujeres: 21%
Posee área de sustentabilidad: Si - Vanesa Vázquez-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

ArcelorMittal Acindar

Sector: Siderurgia
Geolocalización: Centro
CEO: Federico Amos
Cantidad de empleados: 2500
Porcentaje de Hombres: 91%
Porcentaje de Mujeres: 9%
Posee área de sustentabilidad: Si - Andrea Dala-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Arcos Dorados Argentina

Sector: Alimenticia
Geolocalización: Centro
CEO: Eduardo Martin Lopardo Badano
Cantidad de empleados: 16254
Porcentaje de Hombres: 37%
Porcentaje de Mujeres: 63%
Posee área de sustentabilidad: Si - Daniel Arenas Avila-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Banco Galicia

Sector: Servicios financieros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Fabian Kon
Cantidad de empleados: 9489
Porcentaje de Hombres: 49,4%
Porcentaje de Mujeres: 50,6%
Posee área de sustentabilidad: Si - Constanza Gorleri-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Cirion Technologies

Sector: Tecnología
Geolocalización: Noreste, Noroeste, Centro, Mesopotamia/Litoral, Cuyo y AMBA
CEO: Facundo Castro
Cantidad de empleados: 500
Porcentaje de Hombres: -
Porcentaje de Mujeres: -
Posee área de sustentabilidad: Si - Emilio Madero-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Coca-Cola Argentina

Sector: Consumo Masivo - Integral de bebidas.
Geolocalización: A nivel país
CEO: Abelardo Gudiño Morales
Cantidad de empleados: 305
Porcentaje de Hombres: 50,5%
Porcentaje de Mujeres: 49,5%
Posee área de sustentabilidad: Si - Silvina Blanco-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Compañía Mega

Sector: Energía (gas y petroquímica)
Geolocalización: Centro y Patagonia
CEO: Andrés Scarone. Gerente General
Cantidad de empleados: 199 colaboradores directos y 350 indirectos
Porcentaje de Hombres: 75%
Porcentaje de Mujeres: 25%
Posee área de sustentabilidad: Si - Gilda Yezze-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

Banco Patagonia

Sector: Servicios financieros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Oswaldo Parré
Cantidad de empleados: 2900
Porcentaje de Hombres: 50%
Porcentaje de Mujeres: 50%
Posee área de sustentabilidad: Si - Heather Feehan-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

BASF

Sector: Industria Química
Geolocalización: Litoral/ Mesopotamia y AMBA
CEO: Renata Milanese
Cantidad de empleados: 608
Porcentaje de Hombres: -
Porcentaje de Mujeres: -
Posee área de sustentabilidad: Si - Ana Michi-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

BBVA en Argentina

Sector: Servicios financieros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Jorge Bledel
Cantidad de empleados: 6009
Porcentaje de Hombres: 53%
Porcentaje de Mujeres: 47%
Posee área de sustentabilidad: Si - Oscar Gegminani-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Cooperativa Creando Conciencia

Sector: Reciclado
Geolocalización: AMBA
CEO: Pablo Ramiro Emiliano Martinez
Cantidad de empleados: 50
Porcentaje de Hombres: 50%
Porcentaje de Mujeres: 50%
Posee área de sustentabilidad: Si - Magalí Arredondo-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: No

Despegar

Sector: Turismo y tecnología
Geolocalización: AMBA
CEO: Damian Scokin
Cantidad de empleados: + de 1200
Porcentaje de Hombres: 53%
Porcentaje de Mujeres: 47%
Posee área de sustentabilidad: Si - Josefina Schaeer-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

DHL Express

Sector: Servicios - Correo, Logística y Transporte
Geolocalización: Noroeste, Noreste, Centro, Mesopotamia/Litoral y AMBA
CEO: Alejandro Jasiukiewicz
Cantidad de empleados: + de 620
Porcentaje de Hombres: 65%
Porcentaje de Mujeres: 35%
Posee área de sustentabilidad: Si - Nicolas Biello-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Las 100 empresas que lograron integrar la mirada del triple impacto en la gestión de su negocio

DHSH SRL

Sector: Servicio de limpieza y saneamiento industrial
Geolocalización: Centro
CEO: Diego Glardón y Hernán Glardón
Cantidad de empleados: 83
Porcentaje de Hombres: 18%
Porcentaje de Mujeres: 82%
Posee área de sustentabilidad: Si - Antonella Druetta-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

DIA Argentina

Sector: Retail
Geolocalización: AMBA
CEO: Agustín Ibero
Cantidad de empleados: 3.500
Porcentaje de Hombres: -
Porcentaje de Mujeres: -
Posee área de sustentabilidad: Si - Martín Álvarez Espindola
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Domaine Bousquet SA

Sector: Vitivinicultura
Geolocalización: Cuyo
CEO: Anne Bousquet
Cantidad de empleados: 180
Porcentaje de Hombres: 55%
Porcentaje de Mujeres: 45%
Posee área de sustentabilidad: Si - Irma Remigio-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo Arcor

Sector: Alimentos de consumo masivo, Agronegocios y Packaging
Geolocalización: Noroeste, Noreste, Cuyo, Litoral/Mesopotamia, Centro y AMBA
CEO: Modesto Magadán
Cantidad de empleados: + de 21.000
Porcentaje de Hombres: 72,9%
Porcentaje de Mujeres: 27,1%
Posee área de sustentabilidad: Si - Bárbara Bradford-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo BGH

Sector: Tecnología
Geolocalización: AMBA y Patagonia
CEO:
Cantidad de empleados: 1500
Porcentaje de Hombres: 75%
Porcentaje de Mujeres: 25%
Posee área de sustentabilidad: Si - Federico Messina
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo Edisur

Sector: Real estate
Geolocalización: Centro
CEO: Horacio Parga, Fernando Reyna y Rubén Beccacece (socios directores)
Cantidad de empleados: 400
Porcentaje de Hombres: 52%
Porcentaje de Mujeres: 48%
Posee área de sustentabilidad: Si - María Marta Toniutti (marketing)-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: No

Dominio del plata S.A.

Sector: Vitivinícola
Geolocalización: Cuyo
CEO: Edgardo del Pópolo
Cantidad de empleados: 100
Porcentaje de Hombres: 60%
Porcentaje de Mujeres: 40%
Posee área de sustentabilidad: Si - Comité de Sustentabilidad Interdisciplinario
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

Eco Aguas y Bebidas Saludables

Sector: Bebidas
Geolocalización: Centro y Cuyo
CEO: Pablo Abadía
Cantidad de empleados: 224
Porcentaje de Hombres: 70%
Porcentaje de Mujeres: 30%
Posee área de sustentabilidad: Si - Sol Rodrigo-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

Electrolux Group

Sector: Electrodomésticos
Geolocalización: Litoral y AMBA
CEO: Jonas Samuelson
Cantidad de empleados: 970
Porcentaje de Hombres: 52%
Porcentaje de Mujeres: 48%
Posee área de sustentabilidad: Si - Equipo de EHS & Operations Sustainability-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo Gire

Sector: Servicios financieros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Gonzalo Díaz Solá
Cantidad de empleados: 1163
Porcentaje de Hombres: 59%
Porcentaje de Mujeres: 41%
Posee área de sustentabilidad: Si
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo Libertad

Sector: Retail
Geolocalización: Noreste, Noroeste, Mesopotamia/Litoral, Centro, Cuyo, AMBA.
CEO: Ramón Quagliata
Cantidad de empleados: 3100
Porcentaje de Hombres: 54%
Porcentaje de Mujeres: 46%
Posee área de sustentabilidad: Si - Natalia Andrea García-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo Pelco

Sector: Gestión de residuos industriales
Geolocalización: Centro y AMBA
CEO: Luis Wuhl
Cantidad de empleados: 200
Porcentaje de Hombres: 70%
Porcentaje de Mujeres: 30%
Posee área de sustentabilidad: Si - Denise Giarroco-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Emova Movilidad S.A.

Sector: Transporte
Geolocalización: AMBA
CEO: Joaquín Acuña
Cantidad de empleados: 4.800
Porcentaje de Hombres: 79,5%
Porcentaje de Mujeres: 20,5%
Posee área de sustentabilidad: Si - Mariana Giacumbo-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

GDN Argentina

Sector: Retail
Geolocalización: AMBA
CEO: Martín Lemos
Cantidad de empleados: 8.661
Porcentaje de Hombres: 56%
Porcentaje de Mujeres: 44%
Posee área de sustentabilidad: Si - Juan Pablo Quiroga-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

General Motors Sudamérica

Sector: Automotriz
Geolocalización: A nivel país
CEO: Santiago Chamorro
Cantidad de empleados: 16.103 en GM en America del Sur
Porcentaje de Hombres: 11.8% en GM en America del Sur
Porcentaje de Mujeres: 7.4% en gm en America del Sur
Posee área de sustentabilidad: Si - Giordana Flor-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo San Cristóbal

Sector: Seguros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Diego Guaita
Cantidad de empleados: 1972
Porcentaje de Hombres: 62%
Porcentaje de Mujeres: 38%
Posee área de sustentabilidad: Si
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si

Grupo Sancor Seguros

Sector: Financiero/seguros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Alejandro Simón
Cantidad de empleados: 2706
Porcentaje de Hombres: 48,7%
Porcentaje de Mujeres: 51,3%
Posee área de sustentabilidad: Si - Betina del Valle Azugna-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Grupo Supervielle.

Sector: Servicios financieros
Geolocalización: Noreste, Cuyo, Centro y AMBA
CEO: Patricio Supervielle
Cantidad de empleados: 3663
Porcentaje de Hombres: 51%
Porcentaje de Mujeres: 49%
Posee área de sustentabilidad: Si - Verónica de los Heros-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Genneia

Sector: Energías renovables
Geolocalización: Noroeste, AMBA y Patagonia
CEO: Bernardo Andrews
Cantidad de empleados: 377
Porcentaje de Hombres: 70,03%
Porcentaje de Mujeres: 29,7%
Posee área de sustentabilidad: Si - Carolina Langan-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si si
Posee política de integridad: Si

Goodenergy

Sector: Energías Renovables
Geolocalización: AMBA
CEO: Pablo De Benedictis y Julian Bartoli
Cantidad de empleados: 21
Porcentaje de Hombres: 57%
Porcentaje de Mujeres: 42%
Posee área de sustentabilidad: Si - Mariana Trebiño-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: No

Grupo Aconcagua Energía

Sector: Energía
Geolocalización: Cuyo, Litoral/ Mesopotamia, AMBA y Patagonia.
CEO: Diego Sebastián Trabucco
Cantidad de empleados: 750
Porcentaje de Hombres: -
Porcentaje de Mujeres: -
Posee área de sustentabilidad: Si - Juan M. Crespo-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Holcim Argentina

Sector: Soluciones para la construcción
Geolocalización: A nivel país
CEO: Christian Dedeu
Cantidad de empleados: 1400
Porcentaje de Hombres: 82,17%
Porcentaje de Mujeres: 17, 4%
Posee área de sustentabilidad: Si - Belén Daghero-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Hotel Grand Brizo Buenos Aires

Sector: Hotelería
Geolocalización: Centro
CEO: Claudia Alvarez Arguelles
Cantidad de empleados: 150
Porcentaje de Hombres: 50%
Porcentaje de Mujeres: 50%
Posee área de sustentabilidad: Si - Mariano Toddere
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

ICBC

Sector: Bancos y Finanzas
Geolocalización: A nivel país
CEO: Alejandro Ledesma
Cantidad de empleados: 3400
Porcentaje de Hombres: 50%
Porcentaje de Mujeres: 50%
Posee área de sustentabilidad: Si - Macarena Santos Muñoz-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

Las 100 empresas que lograron integrar la mirada del triple impacto en la gestión de su negocio

<p>IVECO Group</p> <p>Sector:Automotriz Geolocalización: Centro y AMBA CEO: Ricardo Cardozo Cantidad de empleados: 895 Porcentaje de Hombres: 82,6% Porcentaje de Mujeres: 17,4% Posee área de sustentabilidad: Si - Lucilene Carvalho- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Jomsalva SA</p> <p>Sector: Caucho Geolocalización: AMBA CEO: Patricia Malnati Cantidad de empleados: 20 Porcentaje de Hombres: 80% Porcentaje de Mujeres: 20% Posee área de sustentabilidad: Si - Patricia Malnati- Elabora reporte de Sustentabilidad: No Posee política de integridad: Si</p>	<p>Kenwin</p> <p>Sector: Consultoría y servicios tecnológicos Geolocalización: A nivel país CEO: Javier Fernández Cantidad de empleados: 42 Porcentaje de Hombres: 50% Porcentaje de Mujeres: 50% Posee área de sustentabilidad: Si - Eduardo Asilián Elabora reporte de Sustentabilidad: No Posee política de integridad: No</p>	<p>ManpowerGroup</p> <p>Sector:Consultoría Geolocalización: A nivel país CEO: Luis Guastini Cantidad de empleados: 371 Porcentaje de Hombres: 44% Porcentaje de Mujeres: 56% Posee área de sustentabilidad: Si - Valentina Rodríguez Bellido - Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Mastellone Hnos.</p> <p>Sector:Alimenticia Geolocalización: Litoral/Mesopotamia, Centro y AMBA CEO: Carlos Agote Cantidad de empleados: 3363 Porcentaje de Hombres: 89,2% Porcentaje de Mujeres: 10,8% Posee área de sustentabilidad: Si - Luis Ignacio Demicheli- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Mercado Libre</p> <p>Sector: E-commerce & fintech Geolocalización: A nivel país CEO: Juan Martín de la Serna Cantidad de empleados: - Porcentaje de Hombres: 56% Porcentaje de Mujeres: 44 % Posee área de sustentabilidad: Si - Guadalupe Marin - Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>
<p>La Anónima</p> <p>Sector: Retail Geolocalización: Litoral/Mesopotamia, Centro, AMBA y Patagonia CEO: Nicolás Braun Cantidad de empleados: 11.991 Porcentaje de Hombres: 61% Porcentaje de Mujeres: 39% Posee área de sustentabilidad: Si - Natalia Bernasconi- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Laboratorios Andrómaco</p> <p>Sector: Industria Farmacéutica Geolocalización: Centro CEO: Francisco Cervo Cantidad de empleados: 660 Porcentaje de Hombres: 63% Porcentaje de Mujeres: 37% Posee área de sustentabilidad: Si - Javier Jafella- Elabora reporte de Sustentabilidad: No Posee política de integridad: No</p>	<p>Laboratorios Bagó</p> <p>Sector: Industria farmacéutica Geolocalización: A nivel país CEO: Edgardo Vázquez Cantidad de empleados: 1060 Porcentaje de Hombres: 73% Porcentaje de Mujeres: 27% Posee área de sustentabilidad: Si - Hernán Da Cunha- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Mercedes-Benz</p> <p>Sector:Automotriz Geolocalización: AMBA CEO: Manuel Mantilla Cantidad de empleados: 1851 Porcentaje de Hombres: 87% Porcentaje de Mujeres: 13% Posee área de sustentabilidad: Si - Verónica Niemann- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>MetroGAS</p> <p>Sector:Servicios Geolocalización: AMBA CEO: Tomás Córdoba Cantidad de empleados: 1102 Porcentaje de Hombres: 70% Porcentaje de Mujeres: 30% Posee área de sustentabilidad: Si - Viviana Barilá Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Mondelez International</p> <p>Sector: Alimenticia Geolocalización: Cuyo y AMBA CEO: Martin Antola Cantidad de empleados: 2425 Porcentaje de Hombres: 63% Porcentaje de Mujeres: 37% Posee área de sustentabilidad: Si - Sol Tacchella- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>
<p>Lartirigoyen y CIA</p> <p>Sector: Agropecuario Geolocalización: Noreste, Noroeste, Litoral/Mesopotamia, Centro y AMBA CEO: Luis Colmegna Cantidad de empleados: 1201 Porcentaje de Hombres: 65% Porcentaje de Mujeres: 35% Posee área de sustentabilidad: Si - Camila Fossati y Sofía Irazusta- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Ledesma</p> <p>Sector:Agroindustria Geolocalización: Noroeste CEO: Javier Goñi Cantidad de empleados: 6647 Porcentaje de Hombres: 90,4% Porcentaje de Mujeres: 9,6% Posee área de sustentabilidad: Si - Eduardo Nougués- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Limpiolux</p> <p>Sector:Facility Geolocalización: Noroeste, Cuyo, Centro y AMBA CEO: Cecilia Peluso Cantidad de empleados: 2937 Porcentaje de Hombres: 63% Porcentaje de Mujeres: 37% Posee área de sustentabilidad: Si - Julieta García Querol- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Natura Cosméticos</p> <p>Sector: Cosmética y Cuidado Personal Geolocalización: A nivel país CEO: Verónica Marcelo Cantidad de empleados: 887 Porcentaje de Hombres: 20% Porcentaje de Mujeres: 80% Posee área de sustentabilidad: Si - Paola Nimo Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Naturgy BAN S.A</p> <p>Sector: Energía (Gas) Geolocalización: Noroeste, Cuyo y Centro CEO: Gerardo Gómez Cantidad de empleados: 859 Porcentaje de Hombres: 74% Porcentaje de Mujeres: 26% Posee área de sustentabilidad: Si - Verónica Argañaraz- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Nestlé Argentina</p> <p>Sector:Alimentos y bebidas Geolocalización: A nivel país CEO: Gian Carlo Aubry Cantidad de empleados: + de 2300 Porcentaje de Hombres: 68% Porcentaje de Mujeres: 32% Posee área de sustentabilidad: Si - Verónica Rosales- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>
<p>L'Oréal Groupe</p> <p>Sector: Belleza y cuidado de la piel Geolocalización: AMBA CEO: Jean Noël Divet Cantidad de empleados: 600 Porcentaje de Hombres: 45% Porcentaje de Mujeres: 55% Posee área de sustentabilidad: Si - Mariana Petrina- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Grupo Los Grobo</p> <p>Sector:Agropecuaria Geolocalización: Noreste y Centro CEO: Enrique Flaiban Cantidad de empleados: 715 Porcentaje de Hombres: 74% Porcentaje de Mujeres: 26% Posee área de sustentabilidad: Si - Analía Ayala Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Luigi Bosca (Leoncio Arizu S.A)</p> <p>Sector: Vitivinícola Geolocalización: Cuyo CEO: Alberto Esteban Arizu Cantidad de empleados: 240 Porcentaje de Hombres: 75% Porcentaje de Mujeres: 25% Posee área de sustentabilidad: Si - Fernando Berselli- Elabora reporte de Sustentabilidad: No Posee política de integridad: Si</p>	<p>Newsan</p> <p>Sector:Industrial Geolocalización: AMBA y Patagonia CEO: Luis Galli Cantidad de empleados: 9000 Porcentaje de Hombres: 62% Porcentaje de Mujeres: 38% Posee área de sustentabilidad: Si - Marcela Elizabeth Cominelli - Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Nissan Argentina</p> <p>Sector:Automotriz Geolocalización: Centro y AMBA CEO: Ricardo Flammini Cantidad de empleados: directos: 268 - 1171 (considerando empleados externos) Porcentaje de Hombres: 65% Porcentaje de Mujeres: 35% Posee área de sustentabilidad: Si - Nicolas Abbate- Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>	<p>Novartis</p> <p>Sector:Farmacéutico Geolocalización: AMBA CEO: Francisco García Cantidad de empleados: 320 Porcentaje de Hombres: 40% Porcentaje de Mujeres: 60% Posee área de sustentabilidad: Si - Mara Leonardi Elabora reporte de Sustentabilidad: Si Posee política de integridad: Si</p>

Las 100 empresas que lograron integrar la mirada del triple impacto en la gestión de su negocio

Palladio Hotel MGallery Buenos Aires

Sector: Hotelería
Geolocalización: AMBA
CEO: Shadi Kasbo
Cantidad de empleados: 130
Porcentaje de Hombres: 40%
Porcentaje de Mujeres: 60%
Posee área de sustentabilidad: Si - Paula Carracedo-
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee Política de Integridad: Si

Pampa Energía

Sector: Energía
Geolocalización: Patagonia, AMBA, Noroeste, Cuyo y Centro
CEO: Gustavo Mariani
Cantidad de empleados: 2013
Porcentaje de Hombres: 84,7%
Porcentaje de Mujeres: 15,3 %
Posee área de sustentabilidad: Si - Lida Wang
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Pan American Energy

Sector: Energía
Geolocalización: Patagonia, AMBA y Noroeste
CEO: Marcos Bulgheroni
Cantidad de empleados: 22.000 colaboradores entre directos e indirectos.
Porcentaje de Hombres: 77%
Porcentaje de Mujeres: 23%
Posee área de sustentabilidad: Si
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee Política de Integridad: Si

Schneider Electric

Sector: Tecnología
Geolocalización: A nivel país
CEO: Marcela Romero
Cantidad de empleados: 491
Porcentaje de Hombres: 69%
Porcentaje de Mujeres: 31%
Posee área de sustentabilidad: Si
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

Securion

Sector: Seguridad Privada
Geolocalización: A nivel país
CEO: Alberto Pizzi
Cantidad de empleados: 9891
Porcentaje de Hombres: 91.5%
Porcentaje de Mujeres: 8.5%
Posee área de sustentabilidad: Si
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Shell Argentina

Sector: Energía
Geolocalización: Patagonia
CEO: Ricardo Rodríguez
Cantidad de empleados: 225
Porcentaje de Hombres: 70%
Porcentaje de Mujeres: 30%
Posee área de sustentabilidad: Si - Verónica Staniscia-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

PedidosYa

Sector Tecnología
Geolocalización: A nivel país
CEO: Patricio Greco
Cantidad de empleados: 2200
Porcentaje de Hombres: 51%
Porcentaje de Mujeres: 49%
Posee área de sustentabilidad: Si - Germán Perez-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Productos Roche SAQel (Roche)

Sector: Laboratorio farmacéutico y soluciones de diagnóstico
Geolocalización: AMBA
CEO: María Pía Orihuela
Cantidad de empleados: 466
Porcentaje de Hombres: 48,3%
Porcentaje de Mujeres: 51,7%
Posee área de sustentabilidad: Si - Rodrigo Tenuta-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Prosegur Compañía de Seguridad

Sector: Seguridad privada
Geolocalización: Noreste, Cuyo, Centro, AMBA y Patagonia
CEO: Christian Gut
Cantidad de empleados: 17351
Porcentaje de Hombres: 78%
Porcentaje de Mujeres: 22%
Posee área de sustentabilidad: Si
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Siemens Healthineers

Sector: Cuidado de la Salud
Geolocalización: A nivel país
CEO: Ekaterina Podnebesnova
Cantidad de empleados: 142
Porcentaje de Hombres: 58%
Porcentaje de Mujeres: 42%
Posee área de sustentabilidad: Si - Shikha Pillai -
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Smurfit Kappa

Sector: Empaques a base de papel y cartón corrugado
Geolocalización: Centro y AMBA
CEO: Rodrigo Longarte
Cantidad de empleados: 1100
Porcentaje de Hombres: 89%
Porcentaje de Mujeres: 11%
Posee área de sustentabilidad: No
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Syngenta

Sector: Agro
Geolocalización: A nivel país
CEO: Marcos Bradley
Cantidad de empleados: 1048
Porcentaje de Hombres: 69%
Porcentaje de Mujeres: 31%
Posee área de sustentabilidad: Si - Mariela Álvarez-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Randstad Argentina

Sector: Provisión servicios RR.HH y Consultoría Capital Humano
Geolocalización: A nivel país
CEO: Andrea Avila
Cantidad de empleados: 600
Porcentaje de Hombres: 44 %
Porcentaje de Mujeres: 56%
Posee área de sustentabilidad: Si - Jorge C Figueroa-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Renault Argentina

Sector: Automotriz
Geolocalización: Centro y AMBA
CEO: Pablo Sibilla
Cantidad de empleados: 2656
Porcentaje de Hombres: 74%
Porcentaje de Mujeres: 40%
Posee área de sustentabilidad: Si - Matías Maciel-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Río Uruguay Coop. de Seguros Ltd.

Sector: Seguros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Juan Carlos Lucio Godoy
Cantidad de empleados: 350
Porcentaje de Hombres: 60%
Porcentaje de Mujeres: 40%
Posee área de sustentabilidad: Si - Silvina Vazón
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Telecom Argentina

Sector: Tic
Geolocalización: A nivel país
CEO: Roberto Nobile
Cantidad de empleados: 21700
Porcentaje de Hombres: 72%
Porcentaje de Mujeres: 28%
Posee área de sustentabilidad: Si - Constanza Ferrer-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Telefónica Móviles Argentina

Sector: Telecomunicaciones
Geolocalización: A nivel país
CEO: Marcelo Tarakdjian
Cantidad de empleados: 10700
Porcentaje de Hombres: 67%
Porcentaje de Mujeres: 33%
Posee área de sustentabilidad: Si
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Tetra Pak

Sector: Envasado y procesamiento de alimentos y bebidas
Geolocalización: Noroeste
CEO: Alejandro Chan
Cantidad de empleados: 304
Porcentaje de Hombres: 80%
Porcentaje de Mujeres: 20%
Posee área de sustentabilidad: Si - Horacio Martino
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

SanCor Salud

Sector: Salud
Geolocalización: A nivel país
CEO: Dr. Fernando Werlen
Cantidad de empleados: 2333
Porcentaje de Hombres: 34%
Porcentaje de Mujeres: 66%
Posee área de sustentabilidad: Si - Florencia Álvarez-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Sanofi

Sector: Farmacéutica
Geolocalización: AMBA
CEO: Mariano Schlottmann
Cantidad de empleados: 643
Porcentaje de Hombres: 39%
Porcentaje de Mujeres: 61%
Posee área de sustentabilidad: No
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Santander Argentina

Sector: Servicios financieros
Geolocalización: A nivel país
CEO: Alejandro Butti
Cantidad de empleados: 8158
Porcentaje de Hombres: 51,43%
Porcentaje de Mujeres: 48,57%
Posee área de sustentabilidad: Si - Adriana Gabriela Alesina
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Torneos

Sector: Entrenamiento
Geolocalización: AMBA
CEO: Gustavo Isaack
Cantidad de empleados: 704
Porcentaje de Hombres: 83%
Porcentaje de Mujeres: 17%
Posee área de sustentabilidad: Si - Ana Cacace
Elabora reporte de Sustentabilidad: No
Posee política de integridad: Si

Toyota Argentina

Sector: Automotriz
Geolocalización: Centro
CEO: Gustavo Salinas
Cantidad de empleados: 8500
Porcentaje de Hombres: -
Porcentaje de Mujeres: -
Posee área de sustentabilidad: Si - Eduardo Kronberg -
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Transportadora de Gas del Norte

Sector: Energía, transporte de gas por gasoductos.
Geolocalización: A nivel país.
CEO: Daniel Ridelener
Cantidad de empleados: 724
Porcentaje de Hombres: 85%
Porcentaje de Mujeres: 15%
Posee área de sustentabilidad: Si - Claudio Moreno-
Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
Posee política de integridad: Si

Las 100 empresas que lograron integrar la mirada del triple impacto en la gestión de su negocio

Transportadora Gas del Sur - TGS

Sector: Oil & Gas
 Geolocalización: Centro y Patagonia
 CEO: Oscar Sardi
 Cantidad de empleados: 1125
 Porcentaje de Hombres: 88,98%
 Porcentaje de Mujeres: 11,02%
 Posee área de sustentabilidad: Si - Mario Yaniscowski
 Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
 Posee política de integridad: Si

3SAPAS

Sector: Vitivinícola
 Geolocalización: Cuyo
 CEO: Arnaud Frésard
 Cantidad de empleados: 10
 Porcentaje de Hombres: 80%
 Porcentaje de Mujeres: 20%
 Posee área de sustentabilidad: Si - Jonas Lépine
 Elabora reporte de Sustentabilidad: No
 Posee política de integridad: Si

Trivento

Sector: Vitivinícola
 Geolocalización: Cuyo
 CEO: Marcos Jofré
 Cantidad de empleados: 408
 Porcentaje de Hombres: 82%
 Porcentaje de Mujeres: 18%
 Posee área de sustentabilidad: Si - Mercedes Alvarez-
 Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
 Posee política de integridad: Si

Unipar

Sector: Petroquímico
 Geolocalización: Centro
 CEO: Rodrigo Cannaval
 Cantidad de empleados: 576
 Porcentaje de Hombres: 90%
 Porcentaje de Mujeres: 10%
 Posee área de sustentabilidad: Si - Guillermo Petracci-
 Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
 Posee política de integridad: Si

Universal Assistance

Sector: Turismo
 Geolocalización: Centro
 CEO: Fernando García Ruiz
 Cantidad de empleados: más de 500
 Porcentaje de Hombres: 47%
 Porcentaje de Mujeres: 53%
 Posee área de sustentabilidad: No
 Elabora reporte de Sustentabilidad: No
 Posee política de integridad: Si

Virixene

Sector: Laboratorio Farmacéutico
 Geolocalización: Centro
 CEO: Mauro Bono
 Cantidad de empleados: 251
 Porcentaje de Hombres: 52,5%
 Porcentaje de Mujeres: 47,5%
 Posee área de sustentabilidad: Si - Ivanna Mandolesi-
 Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
 Posee política de integridad: Si

YPF Luz

Sector: Energético
 Geolocalización: Noroeste, Cuyo, Centro, AMBA y Patagonia
 CEO: Martín Mandarano
 Cantidad de empleados: 480
 Porcentaje de Hombres: 78%
 Porcentaje de Mujeres: 22%
 Posee área de sustentabilidad: Si - Mariana Iribarne-
 Elabora reporte de Sustentabilidad: Si
 Posee política de integridad: Si



COPYRIGHT 2024