

fase de este proyecto con un producto *no frost* de pequeña capacidad bajo la marca Eslabón de Lujo, con unas 15.000 unidades, a la que se sumarán las nuevas líneas de heladeras nacionales con lanzamientos previstos para fines de julio y diciembre, hasta completar todo el *line up* previsto.

Con esta inversión, la compañía va a cuadruplicar la producción de hace seis años. Ese proceso reconoce varios hitos, como que de 2008 a 2010 se duplicó la producción, y lo



mismo sucedió de 2010 a 2013.

Además de tercerizar en San Luis, la producción nacional venía siendo encargada a plantas de Córdoba, Tierra del Fuego y provincia de Buenos Aires, por lo que también se encaró una inversión de \$250 millones para poner en marcha una nueva planta en el partido de La Matanza que concentre la fabricación de lavarropas, cocinas y heladeras. "Con esta inversión, reafirmamos nuestro compromiso con el crecimiento de la industria argentina", afirmó el vicepresidente para Latinoamérica de Whirlpool, William Custodio.

El mercado local de heladeras alcanza el millón de unidades anuales, de las cuales casi 80% son productos cíclicos, es decir que requiere descongelamiento cada seis meses. El último lanzamiento de la marca fue en diciembre, cuando lanzó al mercado la línea de heladeras de alta capacidad Whirlpool Max, fabricada en el país con tecnología y calidad global.

Cervezas y refrescos Una tregua por el consumo responsable

Las cervezas y las bebidas sin alcohol libran una guerra regional: el *holding* europeo

ABInBev, propietario de Quilmes, y el grupo chileno CCU, que tiene a Budweiser como uno de sus bastiones, alternaron en el fragor anuncios de inversiones con treguas.

CCU destinó para este año US\$ 350 millones a reforzar su crecimiento en Sudamérica en ambos segmentos, mientras que la Cervecería y Maltería Quilmes sacó la variedad Margarita de Maracuyá, de la marca Mixxtail, inspirada en el tradicional trago mejicano, que le insufló US\$ 19 millones.

Desde la firma controlada por el grupo chileno Quiñenco y la holandesa Heineken, que cuenta con operaciones en la Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Paraguay y Uruguay, explicaron que "queremos apoyar el crecimiento orgánico de la compañía, con un énfasis relevante en la operación regional".

La confrontación tuvo su respiro en los aprestos de la primavera última, cuando por primera vez las tres empresas de cervecería del mercado argentino se reunieron para concientizar sobre el consumo responsable de bebidas con alcohol. Fue un acontecimiento después de que no hace mucho se intercambiaban duras acusaciones: de CCU a ABInBev por hostigamiento en la plaza local, y de los dueños de Quilmes a sus rivales por presuntas prácticas desleales para impedir el ingreso de nuevas marcas en Chile.

Pero el viernes 18 de septiembre los más de 2.000 empleados que se desempeñan sin distinción para las marcas Quilmes, Stella Artois, Brahma, Budweiser, Schneider, Imperial y Heineken recorrieron las principales ciudades del país promocionando la venta y el consumo responsable de bebidas con alcohol. Y, al mismo tiempo, los líderes de las cerveceras firmaron un compromiso para trabajar juntos en una serie de objetivos globales que fomenten el consumo responsable de bebidas con alcohol en línea con la estrategia mundial para la reducción del consumo nocivo de bebidas con alcohol de la Organización Mundial de la Salud.

Puente Por la ruta globalizadora

En el piso 30 de The Leadenhall Building, un moderno edificio ubicado en pleno centro londinense, abrió una filial Puente, que hace casi 100 años nació en la Argentina como casa de cambios y hoy es una banca de inversión

Prepagas

SanCor suma Staff y Galeno no para

Con la compra de Staff Médico y la fusión de ambas firmas de medicina prepaga, el grupo SanCor Salud pasa a contar con más de 300.000 asociados, 50 sucursales propias y 400 puntos de atención.

Su presidente, Miguel Costamagna, informó que trabajan en un diagnóstico de las metodologías de ambas empresas para avanzar en la integración.

Staff Médico nació hace casi cuatro décadas, de la mano de Pablo Giordano y Adolfo Dávila, sus médicos fundadores, cuyo objetivo era acercar la medicina privada a más gente, manteniendo el estilo de trato personal y familiar que habían aprendido en su formación como médicos de familia.

Fue la transferencia más importante en un año signado por los tiras y aflojes con el gobierno por el aumento de las cuotas y, en lo empre-

sarial, por los avances que concreta otra firme líder, Galeno, al alcanzar una facturación de \$15.000 millones como resultado de una serie de fusiones y adquisiciones a las que sumó una rama de seguros hace apenas cuatro años. Acaba de crear dos nuevas firmas: Galeno Life y Galeno Capital. Con la aseguradora de vida en principio optimizará los caminos trazados por la ART, con 1,3 millones de asociados, mediante un abanico de propuestas en seguros de vida corporativos llega a las 100.000 cápitas mensuales. Con Galeno Capital gestiona los \$10.000 millones de reservas que tiene todo el grupo.

Y también cierra el año ultimando los detalles para inaugurar el sanatorio "La Trinidad, en Ramos Mejía", un emprendimiento cuya construcción demandó casi \$700 millones.