



GABRIEL RUBBINI

“MUNICH SE CONSOLIDÓ EN EL MERCADO GRACIAS A UN ENFOQUE INQUEBRANTABLE EN LA CALIDAD Y LA INNOVACIÓN”

PÁG. 5

DIOSX

NEGOCIOS

MARTES
18 DE
FEBRERO
DE 2025
AÑO 2
Nº 705



DIRECTOR EJECUTIVO DE FARMAOLIVA

**DIEGO
GALEANO
HARRISON:**
“Es un mercado bastante competitivo, donde buscamos diferenciarnos en algún servicio especial”

En un contexto económico de constante crecimiento, Paraguay se consolidó como uno de los destinos más prometedores para la inversión en América del Sur. Con un mercado dinámico y un entorno favorable para los negocios, el país se está posicionando como un referente regional en sectores clave.

Uno de los ejemplos más destacados de este éxito empresarial es Farmaoliva, que a través de prácticas responsables y el uso de tecnologías avanzadas, se posicionó como un referente de excelencia en el sector. A lo largo de los años, la compañía demostró que el futuro de los negocios en Paraguay pasa por la innovación, el respeto al medio ambiente y la calidad en cada etapa del proceso productivo.

Pág. 4



LA MAYOR GAMA DE VEHÍCULOS ELECTRIFICADOS DE LUJO DEL PAÍS



Fusiones y adquisiciones en 2025: grandes operaciones, manos ganadoras y comodines



JUSTO
BÁEZ

SOCIO DE PWC PARAGUAY / DIRECTOR
DE PWC ACADEMY PARAGUAY



Los mercados globales de fusiones y adquisiciones pueden estar de nuevo en una trayectoria ascendente a medida que se atenúen algunas de las incertidumbres económicas"

Los mercados globales de fusiones y adquisiciones pueden finalmente estar de nuevo en una trayectoria ascendente a medida que se atenúen algunas de las incertidumbres económicas y geopolíticas que pesaban sobre el mercado durante los últimos años. Pero, ¿será 2025 un gran año de fusiones y adquisiciones o simplemente otro año mediocre? El reciente impulso de las transacciones en el extremo superior del mercado sugiere que el repunte ya ha comenzado: el volumen de transacciones de más de 1.000 millones de dólares en valor aumentó un 17% en 2024, y su valor promedio aumentó. Pero también estamos viendo algunas señales mixtas: el volumen de transacciones pequeñas y medianas cayó un significativo 18% en 2024, y en el año que viene, los negociadores deberán estar atentos a algunos imprevistos.

Las transacciones que superan los 1.000 millones de dólares solo representaron una pequeña parte (alrededor del 1%) de las aproximadamente 50.000 transacciones de fusiones y adquisiciones anunciadas a nivel mundial el año pasado, pero estas transacciones más grandes a menudo tienen un impacto que va más allá de la adquisición en cuestión. Marcan el tono para todo el mercado y acaparan los titulares. Los ejecutivos que ven que se están concretando grandes acuerdos en sus sectores suelen empezar a ganar confianza para avanzar de forma más agresiva con sus propios planes de fusiones y adquisiciones para seguir siendo competitivos y por miedo a quedarse atrás.

Varios factores subyacen al nuevo impulso de las fusiones y adquisiciones. Entre ellos, un intenso enfoque de los directores ejecutivos en el crecimiento y la transformación en esta nueva era de la IA, una mayor disponibilidad de capital y una mayor oferta de activos que se espera que lleguen al mercado, tanto empresas de cartera de capital privado (PE) como activos no esenciales que las empresas están desinvirtiendo. No obstante, los negociadores no pueden ignorar los imprevistos, que incluyen:

- Geopolítica volátil e incierta. Los negociadores y los mercados todavía están asimilando los resultados de las elecciones que tuvieron lugar en muchos países durante 2024 y los cambios resultantes en la dirección de las políticas; en particular, el impacto de la nueva administración Trump en los EE. UU., ya que sus políticas y recientes órdenes ejecutivas presidenciales resuenan en todo el mundo. Los negociadores deben esperar lo inesperado.

- Los tipos de interés a largo plazo vuelven a subir. La inflación ha seguido moderándose y los bancos centrales, incluida la Reserva Federal de Estados Unidos, han reducido los tipos de interés en los últimos meses. Sin embargo, el impulso que impulsaba los recortes de tipos se ha desacelerado y, con el aumento de los tipos de interés a largo plazo en Estados Unidos y en otros países, esto podría dificultar la obtención de rentabilidades y dar lugar a procesos de refinanciación más complicados.

- Las valoraciones son altas en algunos países. A mediados de enero de 2025, la relación precio-beneficio a futuro de las acciones estadounidenses (según el S&P 500) era de 22,87, en comparación con 13,67 para las acciones internacionales no estadounidenses (según el S&P International 700). Las empresas con valoraciones más altas pueden utilizar sus acciones como parte de una estrategia de crecimiento inorgánico. También es posible que veamos más transacciones transfronterizas a medida que las empresas estadounidenses, impulsadas por un dólar fuerte, busquen oportunidades en el extranjero, particularmente en Europa.

"La recuperación de las fusiones y adquisiciones ya es necesaria, pero puede que le cueste mantener su impulso reciente en un momento en que las tasas de interés a largo plazo están aumentando y las valoraciones son altas. Es un mercado que distinguirá a los mejores negociadores del resto. Para tener éxito, necesitarán un profundo conocimiento del sector y un enfoque preciso en el valor". - Brian Levy, líder de industrias de acuerdos globales, PwC Estados Unidos.

Varias de las principales economías mundiales, como Canadá, Francia, Alemania y Corea del Sur, enfrentan inestabilidad política y muchas de ellas celebrarán elecciones nacionales en 2025. El impacto de la guerra entre Rusia y Ucrania, la posible calma del conflicto en Oriente Medio y el colapso del régimen de Asad en Siria son acontecimientos que también tienen un impacto económico significativo en los países involucrados y sus vecinos. Tampoco podemos ignorar el papel de China en el escenario geopolítico, dada su posición como segunda economía más grande del mundo y las tensiones políticas acentuadas en sus relaciones con varios países.

El impacto de la elección estadounidense, en particular, está repercutiendo en todo el mundo y las políticas de la nueva administración pueden tener implicancias significativas (aunque a veces contradictorias) para las fusiones y adquisiciones, no solo en Estados Unidos sino también a nivel mundial.

Si la nueva administración estadounidense impulsa una agenda que se centre en la desregulación y mantenga o prorrogue los recortes impositivos, esto podría impulsar el crecimiento y eliminar algunas barreras a las transacciones comerciales. Sin embargo, advertimos que las áreas sensibles que subyacen a la seguridad nacional o las transacciones que involucran el acceso a grandes conjuntos de datos podrían estar sujetas al escrutinio regulatorio y seguirán siendo un desafío.

Una ronda de medidas proteccionistas, incluida la imposición de aranceles, combinada con posibles medidas de represalia por parte de otros países, podría provocar inflación y conducir a aumentos en las tasas de interés.

Estos son tiempos realmente complicados para los mercados de fusiones y adquisiciones. Parece que hay muchas cosas en juego para que se produzca un resurgimiento de las operaciones, tanto del lado comprador como del vendedor.

PwC Academy
Aprendiendo con los profesionales

¡Impulsá tu éxito!

Te invitamos a formar parte de nuestro
Curso de Formación en

IFRS Fundamentals

Reconocido por el MEC

Contacto B2B : María Silvia Piñanez

0983 893 136

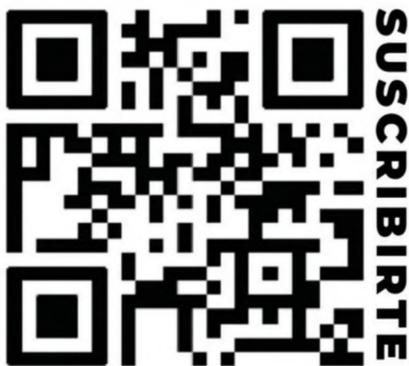
maria.s.pinanez@pwc.com



Juntos,
estamos creando
el **futuro**
y, con cada **lectura,**
construimos algo
más grande.

Hace que tu equipo piense como vos.
Sé parte de una comunidad exclusiva.

SCANEA PARA



MÁS INFORMACIÓN
tigre@5dias.com.py
0982456111

5Dias
POWERPLAYER

prensa@5dias.com.py

Desde el año 1999 Farmaoliva trabaja con mucho esfuerzo para cumplir su propósito, que es ser la primera opción para mejorar la calidad de vida de las personas. La excelencia en los servicios que ofrece, la responsabilidad y la vocación de pensar en la gente, definen la propuesta diferencial de valor de la compañía.

Farmaoliva es protagonista en el ámbito de la salud en el Paraguay, gracias a la visión y persistencia de nuestros directores, la dedicación de sus experimentados técnicos farmacéuticos, y por supuesto, gracias a todos sus colaboradores que desde el área y ciudad que estén ubicados, demuestran su pasión, compromiso y sentido de pertenencia.

Las buenas prácticas guían el trabajo día a día para superar las expectativas de sus clientes, responder a sus necesidades y fortalecer su confianza en la atención. Ejerciendo a diario estos lineamientos, sujetos al código de ética y a los valores de honestidad, lealtad, respeto y transparencia. En esta entrevista, abordamos los desafíos y las proyecciones de la empresa con el director ejecutivo de Farmaoliva, Diego Galeano Harrison.

¿Cuáles son las proyecciones para este 2025?

Nosotros hoy día tenemos 132 sucursales operando. Ahora estamos en proceso de apertura de cuatro más y vamos a tener 136. Nuestra idea es poder cerrar el año en 150 sucursales y creo que vamos a cerrar este año con esta cantidad de sucursales que nos propusimos. Con seguridad llegaremos a estos números para el mes de diciembre próximo.

¿Cómo calificarías el mercado actual?

Es un mercado muy competitivo. Este año tenemos nuevos jugadores que entraron, como Biggie Farma, por ejemplo. Tenemos otros competidores muy fuertes como es el caso de Farmacenter, creo que sigue siendo fuerte. También tenemos Punto Farma, Catedral y otros más. Es un mercado bastante competitivo, donde buscamos siempre diferenciarnos, por lo menos en algunos pequeños detalles porque casi todos vendemos medica-

ENTREVISTA

Continúa firme el plan de expansión

“Nuestra idea es cerrar este año con 150 sucursales de Farmaoliva”



La empresa cuenta con unos 800 colaboradores aproximadamente

mentos. O sea, todos vendemos medicamentos y algunos productos de no-farma, como lo solemos llamar.

Buscamos algún tipo de diferenciación, ya sea con descuentos, precios, o con algún servicio especial.

También con la atención personalizada que podríamos tener con los clientes.

¿Qué tipo de descuentos suelen tener Farmaoliva?

Los días miércoles tenemos descuentos con la cooperativa universitaria. Los

jueves y viernes tenemos nuestros descuentos propios de la cadena que los llamamos grandes descuentos. También tenemos con otras entidades como todas las empresas del rubro. Nosotros tenemos la plena convicción de seguir mejorando to-

El 2024 cerramos con un importante crecimiento en ventas y siempre apostamos cada día para mejorar nuestros clientes”

EL DATO

FARMAOLIVA APUNTA A PERFECCIONAR CONSTANTEMENTE LA ATENCIÓN COMO UN ELEMENTO DIFERENCIADOR DE LA COMPETENCIA

dos los días por nuestros clientes y por las exigencias mismas del competitivo mercado.

¿Hay algún elemento diferenciador de la competencia?

Nosotros intentamos siempre trabajar en una buena atención. Intentamos que el precio no sea el único factor para poder tomar una decisión de compra. Obviamente siempre es importante, pero que no sea el único.

Intentamos trabajar siempre en la atención, que sea buena, tener un buen trato con los clientes, que el cliente se sienta seguro, que encuentre lo que va a buscar al punto de venta. A veces parece tan fácil, pero no es tan fácil con tantos locales y sobre todo teniendo en cuenta que cada cliente es diferente y busca cosas diferentes, dependiendo de la zona, dependiendo de las ciudades.

¿Cuántos colaboradores tiene actualmente Farmaoliva y cómo cerró el 2024 la empresa?

Hoy estamos casi 800 personas trabajando en Farmaoliva. En el 2024 abrimos 12 sucursales nuevas y tuvimos un crecimiento importante en ventas. Creo que eso siempre ayuda a poder seguir con el plan de expansión, que es el motivo principal del porqué también este año vamos a poder seguir creciendo, abriendo más sucursales y haciendo más inversiones.

Este año, con las sucursales que vamos a abrir, pretendemos que entren por lo menos 80 personas más a trabajar en la cadena, así que creo que también es un número importante.

¿Cómo toman el tema del grado de inversión obtenido el año pasado por el Gobierno?

Siempre es importante para el país tener ese tipo de logro. Hace que nos miren de afuera con una visión o con un apetito capaz diferente. Creo que es muy importante eso, pero tampoco es lo único. Eso tiene que ser acompañado de diferentes acciones diarias que vaya tomando tanto el gobierno, tanto el sector privado, para poder respaldar ese grado de inversión.

Creo que es súper importante, es súper bueno, pero tiene que ir acompañado de diferentes acciones para que realmente llegue la inversión extranjera en mayor cantidad y eso permite, naturalmente, que haya más competencia y eso siempre ayuda a mejorar todo.



prensa@5dias.com.py

ENTREVISTA

Munich apuesta por la calidad y la innovación

“El mercado cervecero es altamente competitivo, con presión en precios y ejecución”

Munich hace presencia en Paraguay con su receta original de tradición alemana y su espíritu desafiante, pionero e innovador que la llevó a introducir una marca con calidad de nivel internacional.

Desde el 2016 incorpora a la fábrica una línea de producción de última generación con una capacidad productiva de 40 barriles por hora, que se disfrutan en los principales restaurantes, pubs, bares y clubes de todo el país.

En esta entrevista conversamos con Gabriel Rubbini, gerente general de la unidad de bebidas del Grupo Riquelme, uno de los más importantes grupos industriales y comerciales de Paraguay.

¿Cómo define Munich su enfoque en la calidad y la innovación en la elaboración de sus cervezas?

Munich se ha consolidado en el mercado gracias a un enfoque inquebrantable en la calidad y la innovación. Nos aseguramos de que cada cerveza cumpla con los más altos estándares internacionales, desde la selección de materias primas hasta el proceso de producción. En términos de innovación, hemos diversificado nuestro portafolio con opciones como Munich Ultra y versiones sin gluten, respondiendo a nuevas tendencias y preferencias de los consumidores.

¿Qué desafíos enfrenta Munich en el contexto actual del mercado cervecero y cómo fue superando?

El mercado cervecero es altamente competitivo, con una fuerte presión en precios y ejecución, además del impacto de la fluctuación en los costos de insumos. Hemos respondido con estrategias de diferenciación, fortaleciendo nuestra marca y asegurando una ejecución impecable en los puntos de venta. Además, hemos trabajado en la expansión de nuestra capacidad productiva para atender la creciente demanda.

¿Cómo impacta la sostenibilidad en los procesos de producción de Munich y qué iniciativas fue tomando para reducir su huella ecológica?

La sostenibilidad es un pilar clave en nuestras ope-

Munich se distingue por su perfil de sabor bien balanceado, con un cuerpo y carácter que reflejan la excelencia de nuestra receta y proceso de fermentación”

EL DATO

LA EMPRESA SE ENFOCA EN FORTALECER SU PARTICIPACIÓN EN MERCADOS CLAVE Y EVALUAR OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN



Cada cerveza cumple con los más altos estándares internacionales

raciones. Estamos comprometidos con la reducción del impacto ambiental, optimizando el consumo de agua y energía en la producción. También hemos avanzado en la incorporación de envases retornables, a pesar de los desafíos logísticos que esto representa, y en la optimización

de procesos para minimizar desperdicios.

El ciclo de reciclado de las latas, nuestro principal envase, tiene un impacto positivo significativo, permitiendo que las latas se reutilicen casi infinitamente con un consumo de energía mucho menor que

la producción de aluminio nuevo.

¿Qué diferencia a Munich de otras cervecerías en términos de sabor y estilo? ¿Tienen algún proceso único que lo respalde?

Munich se distingue por su perfil de sabor bien ba-

lanceado, con un cuerpo y carácter que reflejan la excelencia de nuestra receta y proceso de fermentación. Además, nuestra línea Munich Ultra ha sido diseñada para ofrecer una experiencia más ligera sin sacrificar el sabor, con menos alcohol, menos calorías y una gran intensidad de sabor.

Su formulación responde a una creciente demanda de cervezas más equilibradas para el consumo diario, sin perder la esencia de una buena cerveza.

¿Cuál ha sido la cerveza más exitosa de Munich en los últimos años y qué factores consideraron que contribuyeron a su éxito?

Nuestro Chopp Munich ha liderado el segmento por más de ocho años, siendo reconocido como Top of Mind en Paraguay por tres años consecutivos. Su consistencia, calidad y conexión con los consumidores han sido claves en su éxito, consolidándose como la referencia en el segmento.

Además, Munich Original ha mantenido su esencia como una cerveza con carácter, respetando nuestra primera receta y nuestra esencia cervecera. Finalmente, la línea Munich Ultra ha sido una gran conquista en los últimos años, destacando por su equilibrio entre ligereza y sabor, alineándose con las tendencias de consumo actuales.

¿Qué planes tiene Munich para expandir su presencia en mercados internacionales o mejorar su oferta de productos en el futuro cercano?

Estamos enfocados en fortalecer nuestra participación en mercados clave y evaluar oportunidades de exportación, especialmente en regiones donde la cultura cervecera está en crecimiento. Ya venimos exportando a mercados como Argentina, Uruguay, Chile y España, donde nuestras cervezas han sido bien recibidas.

Continuaremos innovando con nuevas categorías de productos, explorando opciones como cervezas funcionales y nuevos formatos que amplíen nuestra presencia en distintos segmentos de consumo.



prensa@5dias.com.py

Amanecer es una empresa líder en fabricación, importación y comercialización de Pinturas y afines en el mercado nacional. Provee productos y servicios de alta calidad buscando la satisfacción total de nuestros clientes y consumidores. Además, orienta sus esfuerzos hacia el desarrollo continuo de las personas y el cuidado del medio ambiente.

Su visión es ser una empresa en constante crecimiento, manteniendo el liderazgo mediante la oferta de productos y servicios de alto valor agregado, teniendo como filosofía de trabajo la calidad, la mejora continua, la innovación constante, el desarrollo de los recursos humanos y el cuidado del medio ambiente. En esta entrevista abordamos varios temas con la gerente de operaciones, Ana Ayala.

¿Cómo ha sido la evolución de la empresa desde sus inicios hasta hoy?

Desde sus humildes comienzos como un emprendimiento familiar, Amanecer Pinturas ha crecido para convertirse en un referente nacional e internacional en la industria de pinturas.

La evolución se basa en una combinación de visión estratégica, calidad excepcional y compromiso con el cliente. Inicialmente enfocada en productos básicos, en la actualidad lideramos el mercado con una gama diversificada que incluye soluciones innovadoras y ecoamigables.

Su expansión geográfica, inversión en tecnología y la creación de una cultura corporativa centrada en la sostenibilidad reflejan la transformación en una empresa pionera y socialmente responsable.

La industria de la pintura avanzó con nuevas tecnologías y productos más sostenibles ¿Cómo integra Amanecer Pinturas la innovación en sus procesos y productos?

Amanecer Pinturas está a la vanguardia de la innovación incorporando tecnologías de última generación como formulaciones con bajo VOC (compuestos orgánicos volátiles), pinturas base agua y procesos de producción energéticamente eficientes.

ENTREVISTA

Amanecer Pinturas se convirtió en un referente nacional e internacional

“La evolución se basa en una combinación de visión, calidad y compromiso”



EL DATO

La industria de la pintura avanzó con nuevas tecnologías y productos más sostenibles

Amanecer busca lanzar una línea Deco, invertir en una nueva planta solar para autoabastecimiento energético y el desarrollo de alianzas”

El departamento de I+D colabora con expertos internacionales y universidades para desarrollar productos inteligentes, como recubrimientos antifúngicos y antiempañantes. Además,

hemos implementado sistemas de automatización que optimizan la precisión y reducen desperdicios, demostrando que innovación y sostenibilidad van de la mano.

La sustentabilidad es un tema clave en la industria ¿Qué estrategias o productos ha desarrollado la empresa para reducir su impacto ambiental?

La sostenibilidad es el corazón de nuestra operación. Amanecer Pinturas ha lanzado líneas como EcoAmanecer con pinturas biodegradables y envases reciclados. En las plantas,

utilizamos energías renovables y programas de reciclaje de residuos industriales.

Además, promovemos la economía circular recolectando sobrantes de pintura para reprocesarlos. Su iniciativa "Verde que te Quiero Verde" incluye reforestación urbana y talleres educativos, reforzando el compromiso no solo con el medioambiente, sino también con las comunidades.

¿Cuáles son las tendencias actuales en el sector de pinturas y cómo se está adaptando?

El sector avanza hacia soluciones inteligentes y personalizadas. Amanecer Pinturas responde con productos como pinturas termorreguladoras y recubrimientos con tecnología. También hemos adoptado herramientas digitales, como una APP de realidad aumentada para visualizar colores en tiempo real y plataformas de e-commerce con asesoramiento técnico en línea. El enfoque en la personalización masiva y la digitalización nos posiciona como líderes en un mercado cada vez más exigente y conectado.

¿Qué proyecciones tiene la empresa para este 2025?

Para 2025, Amanecer Pinturas proyecta consolidarse como líder regional en pinturas, con planes de expansión a mercados de Latinoamérica. Entre nuestras metas destacan el lanzamiento de una línea Deco, la inversión en una nueva planta solar para autoabastecimiento energético y el desarrollo de alianzas con startups de biotecnología para crear pinturas a base de materiales orgánicos.

Otro de los objetivos es fortalecer programas de responsabilidad social, enfocados en educación ambiental y apoyo a pymes, reafirmando nuestro rol como empresa que pinta el futuro con ética y excelencia.



La subida de tasas puede generar inestabilidad financiera y complicar la lucha contra la inflación

KATHARINA BERGANT

MAI HAKAMADA, DIVYA KIRTI, RUI C. MANO - FMI

Los sistemas bancarios están en buena medida a salvo de la inflación, pero las vulnerabilidades podrían dar lugar a disyuntivas entre la contención de la inflación y la protección de la estabilidad financiera"



Los sistemas bancarios están en buena medida a salvo de la inflación, pero las vulnerabilidades de algunos bancos podrían dar lugar a disyuntivas entre la contención de la inflación y la protección de la estabilidad financiera.

Antes de la pandemia, a los inversionistas les preocupaba que las tasas de interés y la inflación persistentemente bajas pudieran mermar los beneficios de los bancos. Paradójicamente, también les preocupaba la rentabilidad de los bancos cuando, con la reapertura tras la Covid-19, se dispararon la inflación y las tasas de interés de los bancos centrales. La quiebra del Silicon Valley Bank y de otros prestamistas estadounidenses a principios de 2023 pareció confirmar estos temores.

Nuestro nuevo estudio sobre la relación entre la inflación y la rentabilidad bancaria nos ayuda a comprender estas preocupaciones. La mayoría de los bancos están en buena medida a salvo de las fluctuaciones inflacionarias, ya que la exposición de sus ingresos y sus gastos tienden a compensarse mutuamente. Sin embargo, algunos presentan una exposición significativa a la inflación, lo que podría causar inestabilidad financiera en el caso de que pérdidas concentradas provocaran un pánico más generalizado en el sector bancario. Varios bancos centrales importantes están reexaminando sus marcos de política monetaria tras el repunte inflacionario pospandemia, y una comprensión más profunda de los vínculos entre la inflación y la rentabilidad bancaria podría ayudar a diseñar mejores marcos de política monetaria.

Los resultados de nuestra investigación indican que los bancos centrales quizá deberían tener en cuenta la estabilidad fi-

nanciera al fijar su política monetaria para combatir la inflación.

¿Es importante la inflación para la rentabilidad bancaria? Sorprende la escasa atención que se le ha prestado a esta pregunta. Para darle respuesta, combinamos datos sobre balances e ingresos de más de 6.600 bancos de economías avanzadas y emergentes con casi tres décadas de datos económicos del FMI.

La mayoría de los prestamistas parecen estar en buena medida cubiertos frente a la inflación, ya que tanto los ingresos como los gastos de los bancos aumentan con la inflación en grados similares. Los ingresos y los gastos vinculados al endeudamiento y la concesión de préstamos están expuestos indirectamente a la inflación, pues reaccionan principalmente a las tasas de interés de política monetaria, que fluctúan en respuesta a la inflación. En cambio, otros ingresos y gastos –como los derivados de actividades bancarias no tradicionales, servicios, salarios y alquileres– se ven afectados de manera directa por las variaciones de precios.

A escala nacional, el impacto de la inflación en los ingresos y gastos de los bancos varía considerablemente de un sistema bancario a otro. En algunos países, las variaciones en la inflación se reflejan en los ingresos y gastos de forma mucho más rápida que en otros. Sin embargo, de nuevo, dado que en la mayoría de los países ambos aumentan en grados similares, gran parte de los sistemas bancarios parecen estar, en buena medida, protegidos contra la inflación.

Nuestro estudio identifica vulnerabilidades específicas: algunos bancos son especialmente susceptibles a la inflación debido a sus diferentes modelos de negocio y

de gestión del riesgo. Los bancos atípicos, tanto en las economías avanzadas como en las de mercados emergentes y en desarrollo, pueden sufrir grandes pérdidas si se disparan la inflación y las tasas de interés.

Sorprendentemente, el 3% de los bancos de las economías avanzadas y el 6% de los bancos de las economías emergentes están al menos tan expuestos a las tasas de interés elevadas como lo estuvo el Silicon Valley Bank en el momento de su quiebra. Además, los bancos de las economías emergentes parecen estar más expuestos a la inflación de manera directa, posiblemente debido a una indexación de precios más generalizada.

En un contexto de inflación elevada, el endurecimiento de la política monetaria, aunque necesario, podría acarrear pérdidas significativas para los bancos muy expuestos. En este caso, los clientes y los inversionistas podrían considerar que los riesgos atañen a todos los bancos, lo que podría desencadenar pánico e inestabilidad financiera.

Reforzar la regulación y la supervisión prudenciales, aumentar la gestión de riesgos que se exige a los bancos, mejorar la transparencia y utilizar evaluaciones de riesgo detalladas que tengan en cuenta los factores clave que nuestro estudio destaca para un amplio conjunto de bancos ayudaría a contener de manera sistemática la exposición a la inflación.

Pese a estas mejoras, si las pérdidas en algunos bancos dejan margen para un contagio más amplio, los bancos centrales podrían tener que sopesar las subidas de tasas para contener la inflación a la luz de que ese movimiento pueda provocar inestabilidad financiera.



LA COMPAÑÍA ESTÁ EN 85 PAÍSES

El grupo francés adquirió Granja Pocha

Lactalis se expande en Uruguay al comprar un complejo industrial lácteo

El Observador, Uruguay

El grupo francés Lactalis expande su posicionamiento en Uruguay al adquirir a la empresa Granja Pocha, informaron ambas compañías del sector lácteo en un comunicado conjunto, en el que este lunes 17 informaron que "Lactalis y Granja Pocha inician un proceso de asociación estratégica".

El proceso, una vez completado, concluirá con la transferencia de las acciones de Granja Pocha al Grupo Lactalis, en una gestión sujeta a la aprobación de la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia (Coprodec) de Uruguay, órgano técnico independiente que acciona en el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).

Grupo Lactalis es una empresa francesa fundada en 1933 por André Besnier. La misma familia sigue al frente de la empresa, ahora en su tercera generación, preservando el legado de su fundador, se informó. A marcas como Président, Parmalat y Galbani se unirán ahora Colonial y Granja Pocha.

El grupo actúa en 85 países con operaciones comerciales y tiene más de 270 plantas en 52 países, empleando aproximadamente 85.000 personas en el mundo. "Estamos convencidos de que esta nueva etapa mejorará las capacidades productivas, fortalecerá el mercado interno con las reconocidas marcas de ambas empresas e impulsará las exportaciones de productos ampliando nuestras líneas de



producción", se indicó en el comunicado.

Más allá de sus características individuales, Lactalis y Granja Pocha comparten muchas similitudes fundamentales, se explicó: ambas tienen orígenes familiares; un fuerte compromiso con la innovación y una visión de crecimiento; y valoran las relaciones estrechas y el diálogo continuo con productores de leche y empleados, asegurando una transición armoniosa.

Granja Pocha genera 160 empleos directos, además de muchos indirectos; "se conservarán todos los puestos de trabajo y Lactalis se compromete a ampliar sus operaciones en Juan Lacaze a mediano y largo plazo", es otra de las consideraciones expuestas públicamente.

Respecto a las operaciones de Lactalis en Cardona, son complementarias a la de Granja Pocha, ya que incluyen una torre de secado de suero del queso de Juan Lacaze y los excedentes de

leche durante los periodos de mayor producción.

Granja Pocha SA es una empresa fundada por Edgardo Villanueva en 1980, próximo a la localidad de Juan Lacaze, en Colonia. La empresa comenzó su operación procesando 100 litros de leche por día, elaborando dulce de leche. Con el tiempo fue incorporando nuevas líneas de productos llegando a elaborar quesos, yogures, crema de leche, leche y dulce de leche.

Ha buscado ofrecer produc-

tos innovadores de calidad a sus clientes, desarrollando recetas adecuadas a cada tipo de ocasión. El compromiso con la calidad se extiende a los más de 30 productores lecheros que diariamente confían su producción a la empresa, que ayudaron a Granja Pocha a convertirse en uno de los principales elaboradores de productos lácteos a nivel local, así como uno de los principales exportadores del sector.

El Grupo Lactalis tiene presencia industrial en 52 paí-

ses, más de 270 fábricas y 85.000 funcionarios. Inició sus actividades en Uruguay en 2015 con la adquisición de Industria Láctea Salteña en la ciudad de Cardona, donde produce leche UHT, leche en polvo y manteca con destino a la exportación y al mercado local con sus marcas Parmalat y Président.

Finalizada la adquisición tendrá una operación responsable de la captación de 120 millones de litros de leche anuales, dos fábricas y dos centros de distribución.