

Banco Macro crece y sigue siendo uno de los mejores lugares para trabajar en la Argentina

Banco Macro fue reconocido por la consultora internacional Great Place To Work® como uno de los dos mejores lugares de la República Argentina para trabajar

En la edición 2025 de la encuesta de clima laboral más grande del país, desarrollada por Great Place To Work®, Banco Macro se posicionó en el puesto número 2 entre más de 70 compañías.

La vigésimo tercera edición del Ranking de los Mejores Lugares para Trabajar en Argentina, refleja las tendencias emergentes en el mundo del trabajo, destacando a aquellas empresas que han sabido adaptarse y generar experiencias positivas para sus equipos.

Banco Macro fue destacado en el puesto número 2 en el segmento de compañías de más de 1.000 colaboradores, por su compromiso con un ambiente laboral positivo y por ofrecer oportunidades de crecimiento.

“La encuesta de Great Place To Work® es fundamental para Banco Macro, ya que permite medir la satisfacción y compromiso de nuestros colaboradores. Esto nos ayuda a identificar áreas de mejora, fortalecer nuestra cultura organizacio-

nal, que luego se traduce en un mejor servicio para nuestros clientes y poder lograr nuestro propósito: que la Argentina vuelva a pensar en grande. Además, el año pasado fue la fusión con BMA -ex Itaú- y nos permitió identificar los puntos de mejora en la unión de las entidades, lo cual favoreció la integración de los nuevos empleados a la cultura Macro”, aseguró Brian Anthony, Gerente de Transformación de Banco Macro.

“Banco Macro es un referente fundamental del mercado financiero argentino y por este motivo posee los mejores recursos humanos.

Poder trabajar con esta encuesta de reconocimiento mundial, que nos da la posibilidad de compararnos y entender dónde hay que mejorar, tanto la cultura interna, como para traer talento del mercado, es fundamental”, agregó Anthony.

El estudio realizado por Great Place To Work® analizó la experiencia de los empleados en sus lugares de trabajo, la composición de la fuerza laboral y las características propias de la industria financiera.



La consistencia y credibilidad del estudio se confirman año tras año a través de las más de 10.000 organizaciones que participan del mismo y los 10 millones de personas que contestaron la encuesta.

Este reconocimiento, el puesto número 2 confirma el trabajo realizado por Banco Macro en los últimos años, y lo mantiene cerca de las comunidades y colaboradores donde está presente, quienes se muestran orgullosos de trabajar en esta compañía. En esta edición 2025, se ha observado un énfasis creciente en la flexibilidad laboral, la inclusión y el liderazgo basado en la empatía.

Este ranking se elaboró contemplando a 340 organizaciones de las cuales 210 cumplieron con los requisitos de elegibilidad y solamente 70 conforman la lista. Esto equivale a la opinión de más de 110.000 personas.

La metodología de Great Place To Work®, basada en la percepción de los empleados, evalúa aspectos como la confianza, el liderazgo y la innova-

ción, y ha sido aplicada en más de 170 países, lo que le otorga un gran valor a este tipo de distinciones.

El puntaje total que recibe la empresa se conforma de lo que obtienen en los 5 componentes del Modelo: Confianza, Maximizar el Potencial Humano, Valores, Liderazgo e Innovación. Cada uno de estos elementos está compuesto por determinadas sentencias del cuestionario.

El 85% de la evaluación se basa en lo que dicen los colaboradores sobre sus experiencias de confianza y la capacidad que logran en su organización para alcanzar su máximo potencial humano, sin importar quiénes son ni cuál es su rol en la compañía.

El 15% restante del ranking se basa en las respuestas de los empleados sobre sus experiencias diarias de innovación, los valores de la empresa y la efectividad de sus líderes, para garantizar que también tengan una experiencia constante.



McDonald's regresa por tercer año consecutivo al Lollapalooza con un imponente local y una propuesta sustentable

Este año, la marca pondrá a disposición un local de 317 m² dentro del predio, que contará con 2 cocinas, 2 zonas de pedidos y 4 puntos de retiro y será atendido por 300 colaboradores durante los 3 días.

McDonald's estará nuevamente en el Lollapalooza de Argentina, el festival de música más influyente del mundo, que se llevará a cabo en el Hipódromo de San Isidro los días 21, 22 y 23 de marzo. Como parte de su propuesta, la marca instalará un restaurante modular desmontable de 317 m², con 2 cocinas, 2 zonas de pedidos y 4 puntos de retiro, diseñado para atender a los miles de fanáticos de la música que disfrutarán del evento.

Para hacer posible esta operación, el equipo contará con 300 colabora-

dores, garantizando una experiencia ágil y eficiente, en línea con el espíritu dinámico del festival. Por primera vez, 3 crews de nuestro programa Empleo con Apoyo (programa que brinda empleo a persona con algún tipo de discapacidad) podrán vivir la experiencia de trabajar en el local más grande del país.

A su vez, como lo viene haciendo desde su primera participación en Lollapalooza, McDonald's impulsará iniciativas sustentables en el lugar. La marca contará con 2 Ms de acopio, ubicadas estratégicamente cerca del local. Allí, los asistentes podrán depositar sus residuos plásticos y, como novedad para este año, podrán participar de una actividad lúdica y participar por puntos para la app.

El recupero, reciclaje y disposición

final de estos residuos estará a cargo de la cooperativa Rock & Recycle, el programa de reciclaje propio del Lollapalooza, que luego será acondicionado y utilizado para la fabricación de maderas plásticas, destinadas al Hospital de San Isidro.

“Ser parte del Lollapalooza nuevamente nos llena de entusiasmo y nos desafía a innovar cada año. No solo queremos ofrecer una propuesta gastronómica que acompañe la experiencia del festival, sino también generar momentos que conecten con nuestro público. Este año, además de contar con un local diseñado para la gran demanda del evento, vamos a sorprender con nuestra nueva Tasty Feat Cuarto, una hamburguesa que sin dudas va a ser la estrella del festival”, asegura Victoria Fernández Acuña,



Senior Marketing Manager de Arcos Dorados Argentina.

El local está preparado para recibir a más de 300 mil personas durante

los tres días del festival. De esta forma, McDonald's vuelve a convocar a todos los fanáticos para que disfruten junto a la marca de una nueva edición del Lollapalooza 2025.

Aberturas que transforman



3518 008902

www.ae.com.ar - ventas@ae.com.ar