

# MEJORES EMPLEADORES 2022

Las compañías más importantes del país compiten por desarrollar una propuesta de valor integral para los talentos.



Un año más, APERTURA convocó a las empresas más importantes del país para que participen del ya tradicional *ranking* de Mejores Empleadores de la Argentina. Pero en esta edición, se propuso dejar de lado algunos supuestos y repensar lo más importante: ¿qué implica hoy ser un buen (o el mejor) empleador?

Después de todo lo vivido durante la pandemia es claro que ya nada es igual. Y los equipos de Recursos Humanos tuvieron que readaptar sus propuestas. Temas que hasta hace unos años resultaban novedosos, como el trabajo híbrido, ya son básicos y es claro que, para este nivel de profesionales, el sueldo no es lo único que pesa a la hora de elegir un lugar donde trabajar.

En esta edición, las tecnológicas volvieron a conquistar las puntas de cada categoría: Mercado Libre, Google y Microsoft fueron las tres grandes ganadoras. No resulta raro ya que se desempeñan en una industria donde el talento es escaso y deben mantenerse a la vanguardia de prácticas y beneficios (además de, por supuesto, remuneración) para atraer a los mejores.

El *ranking* se elaboró a partir de una convocatoria abierta a las compañías que debían responder un cuestionario de 80 preguntas. La encuesta se estructuró en cinco áreas temáticas: Carrera Profesional, Remuneración, Entorno Laboral, Horario y Condiciones, y Capacitación. En cada una, se indagó en aspectos como el plan de carrera, política de remun-

# UN REGRESO INTELIGENTE Y CON PROPÓSITO

El mundo híbrido, el liderazgo,  
la diversidad y la sustentabilidad  
como temas en agenda.

neración y servicios en el trabajo, entre otros. También, se realizaron preguntas independientes al empleado más antiguo y al más nuevo del plantel, debidamente identificados.

Este año se trabajó con el *headhunter* Eduardo Suárez Battán para repensar algunas preguntas y *aggiornarlas* al contexto actual. Se hizo especial foco en ampliar temas que hoy están en agenda como diversidad y sustentabilidad. Por esto, no resulta raro que se vean algunos cambios de posición respecto a los resultados del *ranking* del año pasado.

Asimismo hay un espacio para que los directores voten a otras compañías que, a su juicio, consideran que son referentes en la gestión de los Recursos Humanos y esas empresas recibieron puntos extra. Del relevamiento de los Mejores Empleadores participaron más de 230 organizaciones y solo

se publican los resultados de las que superan los 300 puntos.

El diálogo con las empresas que más se destacaron mostró un fuerte interés de las compañías por trabajar este año en una vuelta a las oficinas con propósito. Es claro que, si bien la posibilidad de trabajar desde casa llegó para quedarse, en las compañías todavía se ve valor a la presencialidad y la gran mayoría están pensando en cómo hacer para que convivan ambos mundos.

Los CEOs están trabajando cada vez más cerca de estos temas y la tarea que antes era típicamente del área de Recursos Humanos hoy se reparte también con los líderes, encargados de desarrollar y potenciar a sus equipos para que se sientan cómodos y elijan quedarse en un contexto en el que es cada vez más desafiante retener al talento.<AP>

# LA HIPERFLEXIBILIDAD COMO BANDERA

Son algunos de los principales empleadores del país y tienen la responsabilidad de ofrecer un ambiente desafiante a sus colaboradores. Las estrategias de Mercado Libre, Banco Galicia, Unilever, Globant y Accenture para destacarse en la categoría más competitiva del ranking de Mejores Empleadores.

POR EUGENIA IGLESIAS

Y JAVIER LEDESMA CASCIO



Más de 1000  
empleados

¿Qué implica hoy ser un buen empleador en Argentina? Para Juan Martín de la Serna, presidente de Mercado Libre Argentina, la tecnológica que emplea a más de 9400 personas en el país, es, principalmente, una enorme responsabilidad. “Hace ya 23 años entendimos que la innovación basada en conocimiento tiene un rol clave en la multiplicación de oportunidades, en el desarrollo económico-productivo de nuestro

país y en la generación de empleo de calidad”, menciona el líder de la empresa que por cuarto año consecutivo se queda con el primer puesto de la categoría más grande de este *ranking*.

Como uno de los principales generadores de empleo del país, De la Serna asegura que su foco está en seguir apostando a desarrollos que se transforman en referencia para el universo IT en la región, con una continua convocatoria a jóvenes de la Argentina y el resto de la región a descubrir y explorar su potencial.

“El factor principal que diferencia la experiencia de trabajar en Mercado Libre es vivir nuestra cultura emprendedora. Una de las principales ventajas competitivas que nos permitió llegar a ser lo que somos hoy, al mismo tiempo que un diferencial para atraer y comprometer a nuestro talento. Esto lo logramos construyendo un liderazgo consistente en toda la empresa, que multiplica con su ejemplo esta cultura. Como líder máximo de la operación local, ese es mi principal objetivo, multiplicar nuestro ADN. Al final de cuentas, los líderes somos los principales gestores de capital humano de nuestros

propios equipos”, explica.

La compañía está atravesando un proceso de crecimiento que desafía a los líderes en general y a los equipos de Recursos Humanos en particular. El año pasado duplicaron el tamaño del equipo y este año lo van a cerrar con 10.000 personas nuevas en toda la región. En la Argentina particularmente empezaron el 2021 con 9000 personas y lo van a terminar con más de 10.000.

Todas esas personas trabajarán, a partir de ahora, en un



Foto: Nico Pérez

Por cuarto año consecutivo Mercado Libre lidera la categoría de más de 1000 empleados: su fuerte, su cultura emprendedora.

contexto que denominaron “de hiperflexibilidad”. Hay 15.000 personas a nivel regional que por la naturaleza de su trabajo (principalmente porque trabajan en el área de Envíos) se desempeñan de forma presencial. Pero para las otras 22.000 la compañía definió que van a seguir trabajando de forma remota y van a ir a las oficinas solo para asistir a actividades que lo justifiquen. “Mucha gente se mudó y está lejos de las oficinas. Y este modelo también te permite integrar mejor cuestiones de tu vida personal. Por otro lado, es algo súper positivo que nos permite expandir nuestro talento y contratar gente que esté lejos de nuestras operaciones”, resalta Sebastián Fernández Silva, *Chief People Officer* de la empresa.

Sin embargo, esto plantea el reto de cómo mantener viva la cultura de la organización. “Las oficinas generan una energía y una conexión social. Estudiamos qué es lo que valoran de la vida *on site* y qué los motivaría a ir a las oficinas. Y a partir de eso redefinimos el concepto de oficinas y lo migramos a una experiencia de *campus* como el de las universidades: un lugar donde vas a aprender y a generar *network*. Que sea una presencialidad con propósito. Que te motive a ir por algo que te agregue valor”, agrega Fernández Silva y menciona que algunas de las actividades típicas que convocan en persona son reuniones de *staff*, *townhalls* con líderes de distintas áreas, *after offices*, y todo lo que hace a la agenda de capacitaciones.

Esto también requiere redefinir el *layout* de las oficinas. “La disrupción que se viene es el *open space* al servicio del conocimiento colectivo y la interacción social”, resalta y agrega que no se van a reducir en metros cuadrados, pero sí esta configuración les permitirá escalar en talento sin necesidad de agregar más espacios de edificio.

“Respecto del futuro del trabajo, visualizo mucha más flexibilidad en las formas, en la autonomía de los colaboradores, y mucho más foco en el bienestar, tanto físico como emocional. Las nuevas generaciones de profesionales demandan lugares de trabajo con propósitos que los identifique y con modelos de trabajo que se adapten a sus vidas y no a la inversa”, menciona, por su parte, De la Serna.

Dentro de los beneficios más valorados por los colaboradores de Mercado Libre se encuentra *Work from anywhere*, recientemente lanzado y que otorga la posibilidad de trabajar hasta 90 días al año desde cualquier lugar del mundo (ya optaron por este beneficio más de 400 personas). Otro punto que están ampliando son los incentivos de largo plazo atados a moneda dura que antes estaban pensando solo para ciertos *seniority* y ahora se extendió a mandos medios y a contribuidores individuales del área de Tecnología. Se trata de un bono con un monto nominal fijo en dólares sujeto a una parte fija y otra parte a la variación de la acción. “Ahí tenés una mentalidad de dueño, te sentís parte de los resultados de la organización”, destaca Fernández Silva.

“Operamos en una industria muy competitiva donde la gestión del talento es crítica. Ese talento, que es muy demandado, tiene muchas opciones disponibles y por eso necesitamos que Mercado Libre sea su mejor elección”, aclara De la Serna.

Otra novedad es que ampliaron sus grupos de afinidad, en

el que distintos colaboradores se suman de forma voluntaria para tratar los temas de género, etnias, discapacidad, LGBTQ+ y, desde este año, generaciones. Una iniciativa concreta fue un nuevo programa para contratar personas de más de 40 años y gracias a esto se sumaron 500 personas dentro de este grupo.

## BENEFICIOS A MEDIDA

El comité ejecutivo de Banco Galicia acostumbraba a reunirse dos veces por semana cara a cara. Ahora, solo uno de esos encuentros semanales se realiza en persona. La compañía, que ocupó el segundo lugar en la edición 2022 del *ranking* Mejores Empleadores, derramó esto hacia el resto de la organización dándoles libertad de elegir cuándo ir al lugar de trabajo con una pregunta como disparador: ¿Para qué venimos? Para Rafael Bergés, gerente de Personas de la entidad, la presencialidad se volvió una necesidad solo para las actividades que agregan valor. “Si es una bienvenida, una reunión de *feedback* con tu líder o un encuentro que requiere mucha innovación. Si vamos a tener una reunión de algo que podemos hacer por videollamada, ¿para qué vamos a encontrarnos acá?”.

El *layout* de las oficinas de la empresa ya había mutado pre-Covid. En 2017 inauguró su nuevo edificio sustentable en Chacarita con una disposición pensada para su dinámica ágil, la cual incorporó desde hace un tiempo. Hoy, apunta Fabián Kon, gerente general de Galicia, los escritorios fijos fueron, en su mayoría, reemplazados por mesas amplias y salas. “Te diría que veo un 20 o 40 por ciento de presencialidad”, calcula rápidamente. Y reflexiona: “Ahora un viernes a la tarde ves muy poca gente acá, antes era obligatorio estar. ¿Por qué era obligatorio? Porque el mundo funcionaba así, nunca nos preguntamos si tenía sentido”.

De los más de 5400 empleados de la compañía, casi la mitad trabajan en las sucursales y, si bien ahí el contacto cara a cara es fundamental, en algunos casos lograron virtualizar ciertas actividades como, por ejemplo, el desarrollo de clientes. “Lo que buscamos es lograr la mejor productividad posible y que la gente lo viva de la mejor manera, pero siempre pensando en la rentabilidad. No dejamos de pensar que esto da mejores resultados y estas nuevas formas de trabajo facilitan esto”, destaca Bergés.

La nueva sede, que cuenta con 34.000m<sup>2</sup> de superficie cubierta repartida entre dos torres de 7 y 9 pisos, les permitió sumar beneficios. Uno de ellos fue un gimnasio más grande que el de la casa central en el centro porteño. “En casa matriz había un gimnasio chiquito y aprovechamos el tiempo de pandemia para hacer uno más grande”, comenta el ejecutivo. A su vez, la estructura en Chacarita cuenta con 120 cocheras disponibles y cualquier empleado puede estacionar ahí reservando su *spot*. No obstante, todavía mantienen cerrado el comedor y, para compensar esto, conservaron unas  *vending machines* con opciones de comida fría y caliente.

Para el futuro cercano, adelantan, están trabajando en un nuevo esquema de beneficios menos impuesto y más custo-

“Es ver la diversidad desde un punto de vista amplio. Antes de **Sesentennials** cuando abríamos una vacante casi nadie mayor de 60 se postulaba, hoy sí”.

Melina Cao, Unilever

mizado. “No todos quieren el mismo beneficio. No es lo mismo alguien mayor de 60 años que quizá le puede interesar más la obra social que un chico de 25 que prefiere otras cosas. Entonces estamos tratando de poder administrarlos por puntos y así tener un esquema más flexible para que puedan acceder a los que más les conviene”, revela Bergés.

A la hora de hablar de la remuneración, los ejecutivos señalan que los aumentos de sueldo se realizan acompañando la inflación. Este año, puntualiza Kon, se realizaron cuatro ajustes. “Estamos definiéndolo, pero tal vez pueden haber algunos más”, reconoce. No obstante, también siguen los movimientos del mercado y, por eso, algunos puestos que consideran críticos, como ingenieros de datos, especialistas en UX y *scrum master*, pueden tener subas por encima de las antes mencionadas. “En ciertas posiciones tenemos que dar algo por encima de la inflación porque el mercado paga por encima”, agrega el número uno de RR.HH.

En este momento Galicia tiene entre 40 y 50 posiciones abiertas, aunque, a futuro, Kon pone el foco en la formación del talento propio antes que en la búsqueda externa. “Uno de los temas más importantes será cómo nos anticipamos a una demanda de perfiles tecnológicos que va a ser competitiva”.

A esto se le suma el interés de formar equipos más diversos. Con este objetivo, recientemente se autoimpusieron que un 10 por ciento de las 100 personas que buscaban incorporar para su *contact center* tuvieran alguna discapacidad. Lo mismo para su área de seguridad remota en la cual 1 de cada 7 trabajadores es discapacitado. “Hoy el propósito es muy importante porque evolucionó el concepto de ser un gran lugar para trabajar. Pero no solo el propósito hacia los clientes, sino también a la comunidad”, resume Kon.

## BIENVENIDOS LOS SESENTENNIALS

En el caso de filial argentina de Unilever, que por cuarto año consecutivo se quedó con el tercer puesto en el *ranking*, el regreso a la oficina implicó un cambio de dimensiones. La nueva dinámica de trabajo los llevó a repensar los metros cuadrados que ocupaban en el edificio de Alférez Hipólito

Bouchard al 4100, en Munro. De los ocho pisos en los que solían desplegarse pasaron a concentrarse en tan solo tres. “Tuvimos tiempo para pensar el mejor diseño organizacional. Como el edificio es nuestro, los otros cinco pisos los alquilamos y tienen otros usos”, menciona Melina Cao, *head* de RR.HH. para Cono Sur. Y profundiza: “Nos preguntamos: ¿Qué espacio necesitamos? ¿Cómo podemos adaptar los servicios para que la experiencia del empleado siga siendo buena? Pero siempre que desde el costo nos siga siendo redituable”.

Según la ejecutiva, este fue un año “de volver a conectar y generar vínculos de una manera distinta”. El nuevo esquema, deta-

lla, incluye que los empleados administrativos, que componen un 40 por ciento de su plantilla, tengan la oportunidad no solo de trabajar desde las oficinas corporativas sino también desde los espacios habilitados en las fábricas y el centro de distribución. En total, la compañía cuenta con seis plantas, entre Buenos Aires, Santa Fe, Mendoza y Entre Ríos. “No importa quién está en la oficina, sino que esté de alguna forma”, acota Laura Barnator, gerente general de Unilever para Argentina, Uruguay y Paraguay.

“Obviamente que somos súper formales con los compromisos y lo que hay que hacer. Está súper claro a dónde vamos, qué tenemos que ejecutar y sobre eso no hay dudas y no es negociable. Pero una vez hecho eso, después cada uno elige el *blend* que mejor le cae”, describe Cao.

Incluso desde antes de la pandemia la empresa había lanzado *U Journey*, un programa que le permite a cualquier empleado trabajar desde el exterior durante tres meses. Pero la hibridez no involucra solo al personal de oficina, sino que los trabajadores de planta a su vez tienen cierta flexibilidad. “Ya estamos probando modelos en los que los elaboradores pueden producir de manera virtual desde su casa”, agregan.

La situación económica también incide en algunas acciones, además de la continuidad del *home office* más flexible. Para este año, señalaron, otorgaron un monto en dinero para que los empleados pudieran reequipar su casa como lugar de trabajo, a su vez implementaron un programa de préstamos con tasas bajas para que sus colaboradores cuenten con liquidez, en caso de necesitarlo. En lo que respecta a remuneración, Cao manifiesta: “Hacemos un seguimiento de contexto y cómo viene el mercado de manera trimestral, pero en estos contextos es casi mensual. Este año dimos cuatro incrementos y no puedo decir ahora si va a haber un quinto para fin de año”.

En tanto, la ejecutiva destaca otros beneficios que, apunta, son valorados, como la posibilidad de contar con tres semanas de vacaciones desde el ingreso, asistencia legal financiera y psicológica y un programa de ayuda económica para vitrificación de óvulos o tratamiento de fertilización asistida. Pero el *engagement* no finaliza cuando las personas abandonan

la empresa. Desde hace más de 15 años, Unilever organiza la “Fiesta de la Gratitud” pensada para los empleados que se jubilaron trabajando para la compañía. El último año participaron más de 500 excolaboradores.

La diversidad en los equipos de trabajo es otro de los temas que está en agenda desde hace un tiempo. “En la empresa creamos un movimiento de Diversidad, Inclusión y Equidad que es autoconvocado y está formado por gente a la que le interesa trabajar para distintos pilares y nos traen propuestas”, cuenta Barnator. Siguiendo esta línea, el año pasado la firma lanzó *Sesentennials*, una acción orientada a buscar talento de más de 60 años para una serie de proyectos puntuales. “Tiene que ver con ver la diversidad desde un punto de vista más amplio. Antes de *Sesentennials* cuando abríamos una vacante casi nadie mayor de 60 se postulaba, hoy sí”, afirma Cao.

Por otro lado, Unilever aprovechó el recorte de distancias que posibilitó el trabajo remoto para salir en la búsqueda de nuevos talentos. Reformuló su programa de pasantías que apuntaba solo a Buenos Aires y decidió hacerlo federal. Para esto armó un equipo mixto, conformado por empleados de RR.HH. y del negocio, el cual salió de gira por Tucumán, Salta, Mendoza, Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos para mostrar su propuesta. Y los números, indica Cao, son contundentes. “Un programa de pasantías solía reclutar 3500 personas en promedio, ahora tenemos más de 7000 inscripciones”.



Fabián Kon

“Evolucionó el concepto de ser un gran lugar para trabajar”

## MÁS OFICINAS, MÁS PAÍSES

El unicornio Globant escaló una posición quedándose con el cuarto puesto en la actual edición del *ranking*. A contramano de muchas empresas que optaron por desprenderse de sus oficinas o incluso renovarlas para acomodarse a la nueva dinámica de trabajo, la tecnológica apostó por abrir nuevas sedes tanto en Argentina como en otros países del mundo. “El foco principal que tenemos como compañía es poder incentivar un mercado laboral más federal e inclusivo”, asegura Verónica Giménez, *Chief People Officer* para Americas.

En febrero pasado abrieron una oficina en Alemania como parte de su expansión europea. También anunciaron su desembarco en Canadá con un plan de US\$ 20 millones en tres años y la incorporación de 200 empleados. Dentro de la región presentaron espacios en Santiago de Chile y en Guadalajara. A su vez, en agosto cortaron cinta de su oficina en Tierra del Fuego con un desembolso proyectado de US\$ 5 millones para el próximo trienio.

“Creemos en la oficina como un espacio de encuentro donde los equipos puedan interactuar libremente sin tener un esquema de puestos fijos. Tenemos un modelo de trabajo basado en la autonomía que se le da a los equipos para organizarse de la mejor manera posible”, cuenta la ejecutiva. Hace unos meses lanzaron el programa *Globant Anywhere* que les permite a los empleados trabajar desde cualquier país. Esta autonomía, agrega, también se aplica a la hora de elegir qué tarea tendrá cada trabajador en la empresa. “Pueden elegir entre más de 800 proyectos y la posibilidad de cambiar de perfil técnico formándose en nuestras plataformas”, detalla.

Este año, señala, desde la compañía sumaron varios beneficios relacionados con la familia. Por ejemplo, incorporaron reembolsos para tratamientos de fertilidad y sesiones prenatales y posnatales. También cuentan con masajista, peluquería y nutricionista en sus oficinas.

“Nos esforzamos por crear un ambiente divertido y diverso porque creemos que en la diversidad y el intercambio multicultural encontramos el conocimiento e innovación que nos permiten crecer profesionalmente y como personas”, destaca Giménez. Recientemente Globant creó un *board* integrado por *centennials*, llamado *Council of Igniters*, para que brinden sus perspectivas sobre diferentes iniciativas que les interesan a esta generación.

## TALENTO POTENCIADO

No es ningún misterio que hoy el mercado de la tecnología está pasando por un momento desafiante tanto en Argentina como en el mundo, con alta demanda de servicios y un mercado de talento que no alcanza para abastecer esa demanda. Y Accenture no es la excepción. “No hay candidatos suficientes en el mercado local para cubrir la cantidad de posiciones abiertas que tenemos. Además, tenemos la competencia de empresas externas que contratan argentinos para trabajar de manera remota, de modo independiente y muchas veces in-

formal, lo cual genera una complicación adicional”, menciona Federico Welsh, líder de Recursos Humanos de Accenture Hispanoamérica, que explica que, a pesar de eso, en los últimos doce meses su nómina creció en más de 1500 posiciones.

La clave para lograrlo tiene que ver con una propuesta de valor centrada en aprendizaje constante, desarrollo de carrera y un paquete de beneficios pensados para facilitar la vida de los colaboradores. Esto incluye un plan de salud integral muy robusto, iniciativas de bienestar, licencias que exceden largamente los mínimos legales, gimnasio sin costo, créditos en *app de delivery* y supermercado, y muchos más. También cuentan con un modelo de trabajo híbrido que permite trabajar desde casas o en sus oficinas, a elección, sin esquemas rígidos. Esto les permite dar oportunidades de empleo en todo el país, con lo que ya contrataron a más de 1000 personas en 15 provincias distintas en los últimos dos años.

En la compañía tienen bien claro cuáles son los beneficios más valorados. Según una encuesta interna, lo que rankea primero son las licencias extendidas por nacimiento o adopción, seguido por las *apps* de meditación, sueño y bienestar mental, y *HERE 4 U*, su programa de asesoría telefónica psicológica, jurídica y financiera.

Otra innovación importante del último tiempo fue el lanzamiento de un beneficio flexible que consiste en un crédito mensual para elegir entre siete opciones distintas: supermercado, suscripciones de *streaming & gaming*, prepaga de mascotas, *app de delivery*, educación, *upgrade* de plan médico y millas para turismo.

Un tema que trabajan fuerte es la representación. El 53,8 por ciento de sus puestos directivos están ocupados por mujeres. Desde 2017 lanzaron el compromiso global *Getting to Equal 2025* que busca colaborar con el desarrollo de las mujeres mediante algunos programas como: *Insight* (capacitación de nueve meses para *senior managers*); *Women's Executive Leadership Program Growth Markets* (tiene una duración de dos años y su fin es desarrollar a mujeres líderes) y diversos programas que promueven la inclusión y el desarrollo de carrera de las mujeres. Entre ellos programas de mentoría, comunidades, capacitaciones en tecnología sin cargo (*TechnoloShe*), cursos mandatorios para líderes sobre sesgos inconscientes, *workshops* de concientización y sensibilización en temas específicos de género, espacios de conversación para hombres (Círculo de Masculinidades Positivas), entre otros. <AP>

Empresa	Puntaje	Empleados	Presidente/CEO
1 Mercado Libre	1926	9450	Juan Martín de la Serna
2 Banco Galicia	1416	5470	Fabían Kon
3 Unilever	1114	3500	Laura Barnator
4 Globant	1036	5547	Martín Migoya
5 Accenture	1025	12320	Sergio Kaufman
6 Cervecería y Maltería Quilmes	989	6110	Martín Ticinese
7 Naranja X	942	2838	Pablo Caputto
8 Ualá	905	1300	Pierpaolo Barbieri
9 Ford Argentina	899	3003	Martín Galdeano
10 PwC Argentina	884	4600	Santiago Mignone
11 YPF	866	21151	Pablo Iuliano
12 Syngenta	854	1200	Antonio Aracre
13 SAP	841	1179	Claudia Boeri
14 Raizen	840	1168	Teófilo Lacroze
15 Grupo Techint	834	17000	Paolo Rocca
16 The Walt Disney Company	830	1586	Diego Lerner
17 Santander Argentina	821	7883	Alejandro Butti
18 Massalin Particulares	813	1550	Carlos Serrano
19 Nestlé Argentina	796	2200	Gian Carlo Aubry
20 Lartirigoyen	791	1178	Luis Colmegna
21 Western Union	767	1311	Maximiliano Babino
22 Pan American Energy	761	4921	Marcos Bulgheroni
23 Danone	757	4133	Juan Garibaldi
23 PedidosYa	757	1828	Sebastián Genesis
24 Mondelez	755	2400	Martín Antola



(\*) Sin datos

Empresa	Puntaje	Empleados	Presidente/CEO
25 American Express	745	1038	Enrique Seeber
26 IBM Argentina	736	n/c	Roberto Alexander
27 Mercedes-Benz Argentina	729	2022	Manuel Mantilla
28 J.P. Morgan Argentina	725	3056	Facundo Gómez Minujín
29 Camuzzi	722	1681	María Carmen Tettamanti
30 PepsiCo	720	1076	Mariana Gallo (Bebidas) y Diego Serantes (Alimentos)
31 Banco Supervielle	710	3429	Alejandro Stengel
32 Grupo Omint	707	3500	Marcelo Mancini
33 Aeropuertos Argentina 2000	706	2500	Daniel Ketchibachian (CEO)
34 Kimberly-Clark	704	1179	*
35 Banco Itaú	693	1540	Juan O'Connor
36 Gire	692	1270	Verónica Pinazo
37 Burger King Argentina	690	4345	Martín Márquez de la Serna
38 KPMG	685	1500	Néstor García
39 Alsea	679	1613	Santiago Farinati
40 Avon	677	1252	Rolando Castro
41 Newsan	676	9300	Luis S. Galli
42 Toyota Argentina	664	7551	Gustavo Salinas
43 Bayer	643	2457	Juan Farinati
44 Grupo Mirgor	637	4290	José Luis Alonso
44 Molinos Río de la Plata	637	2500	Agustín Llanos
45 Cencosud	634	21068	Matías Videla
46 Bimbo Argentina	632	15013	Gastón Lo Russo
47 Despegar	628	1164	Paula Cristi
48 Banco Comafi	618	1456	Francisco Cerviño
49 Blue Star Group	616	1857	Leandro Caldora
50 Coca-Cola FEMSA	608	2260	Nicolás Bertelloni
51 GDN Argentina	607	9217	Matías Grondona
52 Saint-Gobain	602	1200	Mariano Bo
53 Evoltis	597	1589	Marcelo Bechara
53 Securitas Argentina	597	10.172	Alberto Pizzi
54 Prosegur	594	16680	Raúl Reynoso (Prosegur Cash), Sergio Del Casale (Prosegur Security), Carlos Capel (Prosegur Alarms)
55 La Caja	567	1900	Jorge Mignone
56 DIA Argentina	564	3500	*
57 Telecom Argentina	560	21815	Roberto Nobile
58 Farmacity	558	7400	Sebastián Miranda
59 ICBC Argentina	541	3550	Alejandro Ledesma
60 Bridgestone	538	1400	Lafaiete Oliveira
61 Flybondi	533	1023	Mauricio Sana
61 Hospital Alemán	533	2060	Ricardo Berthold
62 Volkswagen Group Argentina	520	4995	Marcellus Puig
63 Carrefour Argentina	487	17000	Pablo Lorenzo
64 Autopistas del Sol	474	1103	Francesco Sánchez Farre
65 Banco Macro	413	7819	Gustavo Manríquez
66 Grupo Piero	392	1062	Javier Arriola
67 Mastellone Hnos.	380	3377	Carlos Agote