

ON24



ESPECIAL MUNDIAL

¡A COMERSE LA CANCHA!

LOS PLAYERS DE LOS NEGOCIOS Y DEL DEPORTE SE PREPARAN PARA RUSIA 2018

FIGURITA REPETIDA
PANINI
Y EL NEGOCIO
DETRÁS
DEL COLECCIONISMO

**LA GRAN CENA DE
FUNDACIÓN LIBERTAD
EN BUENOS AIRES**

ROBERTO SENSINI

**«ME PARECE
UN ERROR
PENSAR
QUE ESTA
GENERACIÓN
ES UN
FRACASO»**



COBERTURA ESPECIAL





Avanzar.
Cambiar.
Crecer.

CRÉDITO AL INSTANTE PARA TU EMPRESA



TE ACOMPAÑAMOS EN EL CRECIMIENTO DE TU NEGOCIO CON LAS MEJORES HERRAMIENTAS FINANCIERAS. TENÉ TU CRÉDITO EN EL DÍA.

Te acompañamos a crecer.

Conocé todos los requisitos en macro.com.ar
o acercate a cualquiera de nuestras sucursales.

0810-555-2112
macro.com.ar



Macro

Tu Banco cerca, siempre

EL MUNDIAL Y LA POLÍTICA

Este año mayo no es otro mes más. Es el prolegómeno al Mundial Rusia 2018. Estamos en las postrimerías de que «ruede el cuero vestido de locura», y que por un mes se paralicen todas las rotativas. Sí, porque cuando junio dé comienzo ya no habrá vuelta atrás. Ya estaremos en el mes del Mundial. Ese evento que cada cuatro años nos convierte a todos en fanáticos del fútbol. O en sus más acérrimos enemigos, también. Las 24 horas del día dedicadas al deporte rey.

Se venderán televisores por doquier, la gente contratará los servicios de mayor calidad audiovisual que sus bolsillos puedan costear, los bares se llenarán a la hora de los partidos. Cuando juegue la Selección, las calles se quedarán vacías y en silencio, con espasmódicos e impredecibles gritos cuando las redes se inflen de goles argentinos. Como si fueran las guerras de antaño, avaladas y controladas, como entretenimiento. Banderas de distintos rincones del mundo. Conoceremos y aprenderemos de latitudes para algunos desconocidas. Entretenimiento del más puro.

¿Y mientras tanto? Cuando empiecen a caer los papelitos, el mundo seguirá andando al mismo tiempo que el Mundial tiene lugar. Y la política no se tomará vacaciones, aunque así lo parezca. Porque los legisladores seguirán legislando, los jueces seguirán juzgando y el Poder Ejecutivo... administrando. Disfrutemos del fútbol, ese deporte tan noble. Pero no nos olvidemos de que el mundo está también ahí afuera, al lado de la pantalla. ¡Vamos Argentina!

[MSR | AHORRO]

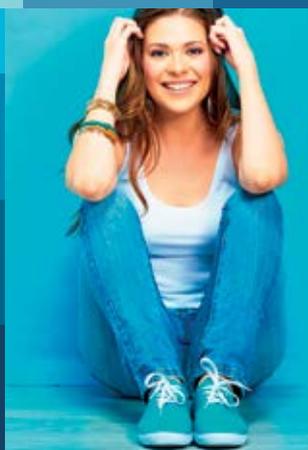
adueñate de tu futuro

48 cuotas

60 cuotas

120 cuotas

240 cuotas



¡ya no alquilo, el departamento es mío!
¡ya no alquilo, el departamento es mío!



ELEGÍS LA UBICACIÓN. ELEGÍS TU DEPARTAMENTO
ELEGÍS LA CANTIDAD DE CUOTAS. ELEGÍS UN MSR

www.msrahorro.com

0800-345-0828 / +54 9 341 307 3522  / info@msrahorro.com



CRESTALE
PROPIEDADES
447 0835

UNO
PROPIEDADES
449 8484

BERTOLLO
BUENAS RAÍCES
456 7460

SOLJAN
INMOBILIARIA BOUTIQUE
426 4409

MARCOS ABIAD
PROPIEDADES
446 9200

EDITORIAL

04 El mundial y la política

SUMARIO

06

OPINIÓN

08 El amor en los tiempos del dólar

09 Justicia, Poder Judicial y Argentina 2018

ESPECIAL MUNDIAL

12 Figurita repetida: Panini y el negocio del coleccionismo

16 Entrevista a Roberto Sensini

20 Los mozos de El Cairo ya tienen su camiseta lista

21 Un shot de goles

22 En la previa del Mundial, los televisores fueron la vedette en facturación

24 Graells, ante su 12° Mundial al frente de Sport 78

26 ¿Cuánto cuesta ir a ver el Mundial?

APERTURAS

28 Juleriaque estrenó su nuevo local en una esquina histórica

29 Japón se acerca al Portal y espera por el Alto

NEGOCIOS

30 Familia Anabel: «Los costos operativos son altísimos»

32 El sueño de Miki Rosental se hizo realidad

ESPECIAL FL

34 El 30 aniversario de Fundación Libertad en imágenes

38 Claves de un diálogo trascendental

40 «El liberalismo es la fuerza más transformadora y egeneradora de la democracia»

OBRA PÚBLICA

42 Milicic conformará UTE con Chediack para obra ferroviaria

44 La local Galea entra en escena nacional con viviendas sustentables

AGRO

46 Un negocio con todo para despegar

50 Cuidar la producción más allá del lote

52 La política triguera y el posicionamiento de la marca Trigo Argentino

BREVES

54 » 55

SOCIALES

56 » 58



f portalON24

t @portalON24

i @portal_on24

www.on24.com.ar

Revista N° 131
Mayo 2018

COMERCIAL

Mariano Zárate
m.zarate@on24.com.ar
comercial@on24.com.ar

ADMINISTRACIÓN

Claudia Gimenez
c.gimenez@on24.com.ar
Alejandra Caccia
a.caccia@on24.com.ar

DIRECCIÓN PERIODÍSTICA

Fabiana Suárez
fabianaasuarez@hotmail.com
prensa@on24.com.ar

REDACCIÓN

Nicolás Aramendi
n.aramendi@on24.com.ar

Mariano Fortuna
m.fortuna@on24.com.ar

Esteban Mravich Tognetti
e.mravich@on24.com.ar

Emmanuel Paz
e.paz@on24.com.ar

DISEÑO Y ARTE DE TAPA

Georgina Varela
dggv@outlook.com

IMPRESIÓN

www.fervilimpresos.com.ar

Mitre 170 - Piso 2
(S2000COB) Rosario
Provincia de Santa Fe, Argentina

Línea central ON24: (0341) 447-5700

Redacción: (0341) 447-5888

Comercial: (0341) 447-5999

Administración: (0341) 447-5777

info@on24.com.ar

www.on24.com.ar es una
marca de Librementemente SA.
Propiedad de Librementemente SA.
La revista ON24 es Marca Registrada.
Derecho de autor en trámite.

«Las opiniones y notas publicadas en
la revista son responsabilidad de sus
autores y no corresponden necesariamente
al pensamiento de ON24»

ISSN N° 1851-4723



9 771851 472001



CONECTATE CON LAS BUENAS DECISIONES.



**MERCADO
DE CAPITALES**



**REAL
ESTATE**



**EMPRESAS
VINCULADAS**



El amor en los tiempos del dólar

“Filosofía” significa “amor a la sabiduría”. Al menos eso es lo que siempre cuentan los profesores de Filosofía. La clásica historia, la que ya todos conocemos o escuchamos alguna vez: que el término proviene de dos vocablos griegos, que españolizados serían algo similar a “filos” y “sofós”. El primero quiere decir “amor”, y el segundo, “sabiduría”. De ahí, “amor a la sabiduría”.

La narración se complementa con otro relato más. La existencia en la Antigua Grecia de unos sujetos que se la creían, y que se jactaban de conocerlo todo. Se hacían llamar sabios. No tenían nada más para aprender, porque ya se vanagloriaban de haberlo aprendido todo. Del otro lado, en un momento aparecieron otros personajes. Estos no dejaban de cuestionarse nada, se hacían preguntas y reflexionaban. Eran los filósofos. Reconocían su ignorancia e iban en búsqueda de un conocimiento absolutamente inasible de manera íntegra.

Sócrates, quizá el más famoso y representativo de ellos, dedicó su vida a defender la misión del filósofo. Murió como un mártir y bebió la cicuta, a sabiendas de que los errores de los hombres no debían mancillar las leyes que nos gobiernan. Era el hombre más sabio de toda Atenas, según el Oráculo de Apolo en Delfos. Él simplemente respondió: “Sólo sé que no sé nada”. Y la docta ignorancia, mezclada con la sutil ironía socrática, marcó el camino de los que buscan, aunque no siempre encuentren.

Varios siglos después, el sociólogo norteamericano Anthony Giddens explicaba que la capacidad de mantener andando una narrativa en particular es lo que nos provee de una identidad. Cuando somos pequeños puede que nos digan que podremos ser cualquier cosa que queramos cuando crezcamos, pero eso no suele ser cierto luego. Sólo podemos ser aquella persona cuyo relato podamos seguir contándonos a nosotros mismos, para luego actuar ese libreto en el mundo. Es la única forma de convertirnos en artífices de nuestro propio destino.

Tras el jueves negro en el que el valor del peso argentino se desplomó en comparación con el dólar norteamericano, y el supermartes de renovación de LEBAcs, con visita incluida entre medio al Fondo Monetario Internacional (FMI), el relato macrista empezó a cambiar. Porque todos necesitamos relatos, y uno de los grandes problemas del kirchnerismo es que su relato era dañino y perjudicial. Los mitos no son solamente para las fogatas a mitad de camino entre Creta y Esparta.

El presidente Mauricio Macri dio una conferencia de prensa, permitió que le preguntaran cualquier cosa, e hizo mea culpa. Reconoció errores, y fue honesto y directo con la necesidad de que Argentina haga las correcciones que le hacen falta para poder sortear cualquier potencial crisis. Marcó, finalmente y sin tapujos, lo insoportable de la pesada herencia, que venimos cargando tras la verdadera década infame. Ratificó a su equipo económico, se preguntó a sí mismo si quizá había sido demasiado optimista con las metas fijadas.

Hablábamos del amor porque, para los griegos, éste se vinculaba a una carencia. Se amaba aquello de lo cual se carecía, que se buscaba pero aún no se tenía. Una carencia de sabiduría. Amábamos lo que no poseíamos. Ojalá que este positivo viraje, este cambio en el discurso oficialista, sea la muestra de que la Argentina está lista para escuchar las duras verdades. Que empecemos a contarnos buenos cuentos, de los que nos sirven para progresar, que no nos creamos sabios, y seamos un poco más filósofos.

Por Garret Edwards
Director de Investigaciones Jurídicas
de Fundación Libertad
@GarretEdwards



Justicia, Poder Judicial y Argentina 2018

Desde algunos unos años hay un acto en marzo, la “apertura del año judicial”, donde algunos selectos invitados escuchan a la Corte o mejor dicho, a su presidente.

Esta vez, el Dr. Lorenzetti, que integra la Corte desde 2004 y la preside desde hace 12 años, dio un discurso que algunos interpretaron como autocrítico, pero que en realidad ha sido crítico, ya que no se refirió tanto a los errores y defectos de su prolongadísima gestión ni a las responsabilidades de la Corte, sino a los problemas del Poder Judicial como un conjunto, por lo cual las culpas recayeron sobre todos los jueces y sobre el Ministerio Público Fiscal.

Los abogados y la gente que ha litigado sabemos mejor que nadie que el sistema judicial ya colapsó, porque aún excluyendo al demasiado problemático sector Criminal Federal, el resto de los fueros no puede estar orgulloso de su resultado: tardanzas inconcebibles, costos altísimos, absurdos administrativos, idioma oscuro, formalidades ineficientes, impunidad, corporativismo, desprotección fiscal y debilitamiento de los contratos, amparo de pretensiones laborales absurdas, inacción ante excesos sindicales y por supuesto, una lenidad suicida ante los crímenes de sangre, solo superada por una total inutilidad en la lucha anticorrupción.

Desde su nombramiento, el Ministro de Justicia Garavano desarrolla acciones concretas para cambiar esta situación, como “Justicia 2020”. Pero enfrenta continuos obstáculos de quienes quieren que todo siga igual. El Ministerio de Justicia expone estadísticas devastadoras, como por ejemplo, que el 99% de los delitos no tienen sanción efectiva.

Esa realidad ocurre en un entorno judicial que tiene una gran mayoría de jueces, fiscales, funcionarios y empleados buenos o muy buenos. ¿Cómo se explica esa contradicción? Hay muchas causas, empezando por unas pocas leyes malas que debe corregir el Poder Legislativo y que el gobierno trata de revertir pese a ser minoría en el Congreso. Ejemplos: los códigos procesales, la necesidad de un mejor sistema acusatorio, la extinción de dominio y una muy mala ley del arrepentido.

Se suma un Consejo de la Magistratura trabado por los distintos grupos que lo integran, ninguno con mayoría suficiente para la remoción de magistrados impresentables, sobre todo porque el Poder Judicial, como todo grupo humano, tienen un espíritu de cuerpo demasiado fuerte y cerrado. Pero eso no es excusa, porque los jueces son más que fun-

cionarios públicos: cada uno individualmente es el Poder Judicial y está investidos de más poder que nadie en el sistema republicano: permanencia de por vida, garantías totales de independencia y hasta el derecho a invalidar las leyes que considere inconstitucionales. Por eso es inadmisibles legal y éticamente, que protejan a colegas indecentes. Mientras lo sigan haciendo nada va a cambiar.

Los obstáculos para recuperar un sistema judicial compatible con el mundo actual tiene su colofón en la Corte Suprema de Justicia. Por un lado porque sigue con meros 5 miembros y es dominada en definitiva por 3 votos. Eso depende una ley y mas allá de la cuestión práctica de tener mas miembros para trabajar mas rápido, es clave diluir el poder que hoy tienen esos tres votos, poder que se mantendrá durante toda su vida al ser cargos vitalicios. La democracia no es compatible con semejante concentración de poder, virtualmente absoluto. Al menos, debe ser compartido, diluyéndose entre más personas.

Por otro lado depende de la propia Corte terminar con la reelección indefinida de su presidente, defecto anti-republicano en poderes que se renuevan como el Legislativo y el Ejecutivo y mucho mas grave en un poder como el Judicial donde los cargos duran hasta los 75 años. Esta pésima seudo tradición debe terminar este año y la Corte puede hacerlo en horas. Si quiere.

Otro cambio que puede hacer la Corte con su sola decisión, es terminar con su excesiva prudencia en admitir y resolver casos emblemáticos de todo orden y al hacerlo usar terminología clara, concreta, no dilatoria y hasta concisa.

Quienes no actúan en o ante los tribunales no saben cuanto fuerte y absoluto es el poder de la Corte. Puede hacer mucho mas de lo que le permite las leyes y prueba de ello es que pese al texto expreso del art. 114 de la Constitución, para bien o para mal viene obstaculizando las facultades de administración que tiene el Consejo de la Magistratura. Por eso, el cambio cultural de la Justicia, que es imprescindible, solo puede provocarlo la Corte.

Si quiere, puede hacerlo.



Por Alejandro Fargosi

¡A COMERSE LA CANCHA!



SE VIENE EL MUNDIAL
Y VAMOS COMPLETANDO
NUESTRO ÁLBUM DE FIGURITAS



**EL CAIRO
CON LA CAMISETA
PUESTA, ASÍ
ESPERA EL BAR AL
DEBUT ARGENTINO.**

pag 20

**PASO SPORT
LISTO PARA VIVIR
UNA FIESTA.**

pag 21

**LO MIRAMOS POR TV
COMO ERA DE
ESPERARSE, LOS
TELEVISORES SON
LA VEDETTE DEL
E-COMMERCE.**

pag 22

**CAREY
¿CUÁNTO SALE IR
A VER EL
MUNDIAL?**

pag 26

**PANINI
CONTÓ DEL
NEGOCIO QUE
CAUTIVA A
MILLONES DE
AFICIONADOS.**

pag 12

**EXPERIENCIA
SPORT 78
JUGARÁ SU 12º
MUNDIAL.**

pag 24

**ROBERTO SENSINI
REFERENTE DE LA
SELECCIÓN ARGENTINA
Y DEL FÚTBOL
ROSARINO, ANALIZÓ A
LA ALBICELESTE.**

pag 16





FIGURITA REPETIDA: PANINI Y EL NEGOCIO DEL COLECCIONISMO

DESDE 1970, EL GRUPO ITALIANO FUNDADO EN MÓDENA PUBLICA SU ÁLBUM DE STICKERS CON MOTIVO DEL MUNDIAL DE FÚTBOL. ¿CÓMO MANTIENE SU VIGENCIA EN TIEMPOS DE DIGITALIZACIÓN?

El Álbum Panini "Fifa World Cup Russia 2018" se lanzó en Argentina el pasado 22 de marzo y, desde entonces, sigue causando sensación entre niños y adultos que se abocan a la tarea de coleccionar las 682 figuritas para llenar sus 80 páginas. Este año, además de la clásica edición impresa, la empresa lan-

zó una aplicación para coleccionistas que permite disfrutar del placer de abrir sobres y pegar cromos en forma virtual, desde cualquier plataforma digital. El gerente de comercialización y desarrollo de Panini Argentina, Nicolás Sallustro, respondió algunas preguntas a ON24 y brindó detalles sobre cómo funciona este negocio que

cautiva fanáticos en todo el mundo. Los hermanos Panini comenzaron en 1954 una empresa de distribución de periódicos en Módena, Italia; hacia 1961 lanzaron su primer álbum basado en el campeonato italiano. La firma transitó una larga historia con varios cambios de manos en su gerencia, se constituyó como Grupo Panini y lle-

gó en 2016 a una facturación superior a 631 millones de euros, repartida en más de 120 países y con más de 1000 empleados. Desde 1970 imprime sus álbumes de mundiales de fútbol y, con el correr del tiempo, introdujo otras competencias como la Eurocopa, Copa América y ligas locales.

Claro que Argentina, un país de fuerte tradición futbolera, es una plataforma de ventas más que interesante para el grupo italiano y, como era de esperarse, va camino a cumplir las metas comerciales planteadas para este Mundial. “Es un poco pronto para hacer balance del desempeño de la colección, todavía nos queda mucho recorrido. Igualmente estamos muy contentos con el alcance y la respuesta de los consumidores hasta el momento y pensamos que llegaremos a los objetivos propuestos”, apuntó Nicolás Sallustro.

En esta oportunidad, el lanzamiento del producto contó con algunas diferencias en relación a años anteriores. “Si bien no hay una receta, cada lanzamiento de Mundial tiene pilares de comunicación que siempre cuidamos mucho para asegurarnos que nuestros coleccionistas se informen”, contó Sallustro. Luego detalló: “Este año hemos reforzado la campaña en medios digitales y redes sociales, sabiendo de que ya desde el último Mundial, tuvimos mucha adhesión de coleccionistas adultos. Creo que esa tendencia se ha incrementado en esta edición”.

UNA PASIÓN CON HISTORIA

La historia de Panini comenzó a escribirse en 1945 en un pequeño kiosco de Módena, Italia, el cual se especializó en la prensa deportiva. Los hermanos Giuseppe y Benito Panini, hijos de la arrendataria de aquel local, crearon en 1954 la Agencia de Distribución de Periódicos Hermanos Panini. La editorial llegó siete años más tarde y en ese mismo 1961 se lanzó el primer álbum de figuritas, el cual estaba basado en el campeonato italiano de fútbol.

En poco tiempo, la compañía ya había alcanzado una facturación anual cercana a los 60 millones de dólares. En 1988 fue vendida al Grupo Maxwell, aunque en manos extranjeras atravesó por cierta inestabilidad financiera hasta que fue comprada por Bain Gallo Cuneo y De Agostini. Más adelante, fue adquirida por Marvel Entertainment Grupo, que mantuvo el equipo directivo y la sede central en Italia. Ya en 1999 volvió a quedar en manos italianas y fue adquirida por Fineldo Spa, la sociedad financiera del industrial italiano Vittorio Merloni, junto a la guía de Aldo Hugo Sallustro.

Actualmente, el Grupo Panini cuenta con filiales en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica; además de sus stickers también es líder en producción y distribución de tarjetas intercambiables. Por otro lado, encabeza el mercado de la edición de cómics, revistas para jóvenes y manga, tanto en América Latina como en el viejo continente, y desarrolla diferentes proyectos en el área de los nuevos medios de comunicación.



— ESPACIO PUBLICITARIO



Fábrica de perfiles de aluminio. Planta de pintura electroestática.

/ Administración y Planta Industrial
 Biedma 8000 / (2000) Rosario, Santa Fe, Argentina.
 Tel: 0341 409 5070 / Fax: 0341 409 5080
 Fax Clientes: 0800 888 FEXA (3392)
 Asist. Técnica: atencionalccliente@fexa.com.ar
 Dpto Comercial: ventas@fexa.com.ar
 Diseño y Desarrollo: diseño@fexa.com.ar





fexa®

Otro cambio sustancial ha sido la renovación tecnológica de los propios clientes. “Creemos que ese cambio, lejos de ser un enemigo, es un aliado en nuestros tiempos”, subrayó el gerente de comercialización y desarrollo. Los grupos de WhatsApp y las redes sociales han facilitado el intercambio, pero así graficó Sallustro: “Abrir un sobre sigue siendo una experiencia que no se replica de manera virtual con la misma adrenalina que se hace de manera física. En algún punto los coleccionistas deben encontrarse y hacer el intercambio. En el patio del colegio los chicos juegan con figuritas y no con tablets”. En este sentido, la aplicación para dispositivos móviles actuó como complemento de la experiencia, pero no como reemplazo, según el hombre de Panini Argentina “sólo un porcentaje muy pequeño hace la colección vir-

tual y no la física, incluso los adolescentes prefieren su álbum impreso”. Además, fue un buen puente para establecer una alianza estratégica con Coca Cola, marca que es un partner oficial a través de FIFA y que colaboró en el desarrollo de la edición digital, incluso desde la organización de actividades promocionales conjuntas.

El más querido por la gente... ¡y por los comercios!

El fervor que despierta el coleccionismo entre sus adeptos es ya conocido por todos, pero también es de destacar el impacto que produce la venta de los mismos en cada negocio que la adquiere. Se trata de un producto muy requerido, de alta rotación y que cuenta con un branding desarrollado y consolidado, por lo que es altamente solicitado.

“Desde Panini concentramos los esfuerzos en el desarrollo de producto, que involucra licencias, derechos, fotos, diseño y comunicación. Es importante entender lo que quieren los chicos y tratar de llegar con el título que ellos quieren, de la forma correcta y en el tiempo justo”, explicó por su parte Sallustro. Luego, agregó: “El tipo de producto ‘pull’ hace que estos condimentos, apalancados en una distribución capilar a todos los puntos del país, puedan generar un éxito como lo es la colección de la Copa Mundial de la FIFA”.

Incluso, para graficar el fenómeno, el gerente de marketing soltó en tono anecdótico: “¡Hasta hemos recibido casos de carnicerías, verdulerías y peluquerías que venden el producto!”

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

acasalud.com.ar

Vale, Nico y Trucho
Esquel, Chubut

45 años
LA SALUD EN PRIMERA LÍNEA

aca

AcaSalud INTEGRAL 007106 03 JANA PAOLO GARINTE	AcaSalud SUPERIOR 311706 02 DIEGO GONZALEZ	AcaSalud SELECTA 453206 01 MICAELA LEGASSIA
--	--	---

0810 222 SALUD (72583)

Acá, como en todo el país, tenemos un plan que se adapta a tus necesidades con la más amplia cobertura médica y atención en los centros médicos más prestigiosos.

in f t g+ v

ACA SALUD - COOPERATIVA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS MÉDICOS ASISTENCIALES LIMITADA
SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD - ÓRGANO DE CONTROL DE OBRAS SOCIALES Y ENTIDADES DE MEDICINA PREPAGA - 0800 222 SALUD (72583) - WWW.SSALUD.GOV.AR - R.N.E.M.P. N° 1194

AcaSalud
COBERTURA MÉDICA INTEGRAL

Nuevo
Renault KANGOO EXPRESS

Recargado de proyectos.



CIRCULAR

📍 CÓRDOBA Y OV. LAGOS 📞 437 1001
📍 OVIDIO LAGOS 633 📞 437 7528
📱 /CircularRenault 🌐 www.circular.com.ar

ROBERTO SENSINI // Por Emmanuel Paz



**«ME PARECE UN
ERROR PENSAR QUE
ESTA GENERACIÓN
ES UN FRACASO»**

DISPUTÓ TRES MUNDIALES CON LA CAMISETA DE LA SELECCIÓN ARGENTINA Y JUGÓ AQUELLA RECORDADA FINAL ANTE ALEMANIA EN 1990. A POCO DE COMENZAR LA MÁXIMA CITA DEL FÚTBOL A NIVEL INTERNACIONAL, UN REFERENTE DEL DEPORTE DE LA CIUDAD OPINÓ ACERCA DEL PRESENTE DE LA ALBICELESTE

En vísperas del inicio de la Copa del Mundo Rusia 2018, Roberto Sensini, un referente de la Selección Argentina y de Newell's Old Boys de Rosario, contestó en una nota exclusiva algunas preguntas acerca de lo que depara al equipo nacional en el certamen internacional. El ex futbolista disputó con la camiseta albiceleste los mundiales Italia 90, Estados Unidos 94 y Francia 98; en esta entrevista habló sobre el posible impacto de los procesos de conducción interrumpidos, la importancia de la institucionalidad del fútbol local y se animó a dar algunos pronósticos.

¿Cómo estás viviendo estos procesos de la Selección desde que no formás parte?

Desde afuera, me parece que fue una eliminatoria bastante movida, en la que estuvimos a punto de quedar afuera hasta el último partido, con tres entrenadores en la misma eliminatoria, que fue la primera vez que nos pasó, así que es normal que todos estemos con algunas dudas acerca de hasta dónde va llegar esta selección. Espero que esté en el lugar en el que merece estar Argentina, entre los mejores cuatro del mundo.

¿Conocés a este grupo de jugadores de la Selección?

Conozco a algunos de ellos. Una generación con la que a veces nos equivocamos. Muchos de estos chicos tuvieron la posibilidad de jugar tres finales y nosotros tomamos como un fracaso el hecho de que no las ganaron. Yo creo que es un error el pensar así; me parece que era un momento para seguir creciendo, ya que a la larga los equipos que pelean los campeonatos y que juegan finales terminan ganando. Acá hay un cierto resentimiento hacia una parte de ellos.

Les ha costado mucho lograr un contagio con la gente.

De a poco van cambiando las genera-

ciones. Hoy la llegada a la gente la tienen más por Twitter y todos tienen un agente de prensa; en nuestra época el contacto se daba más en el día a día y a través del periodismo, entonces parecíamos más cercanos. El reconocimiento de los hinchas nos acercaba mucho más a ellos. Más allá de que tampoco nos tocó tener grandes resultados, contagiábamos de la cancha hacia afuera y eso es lo que algunos reclaman hoy en día.

¿Qué opinás de la forma de jugar?

Cuando estaba el Tata yo veía un equipo que siempre dependía de sus jugadores más importantes; estando Messi en un equipo es sabido que a veces vas a tener que depender de él. Después de que Martino se fue, no se pudo conseguir una idea de juego que permita sostener aquellos partidos en que Messi, Di María o Higuaín no estuvieran en su mejor nivel. Esto, en un Mundial, me parece que puede ser gra-

MARCA REGISTRADA

Roberto Sensini disputó 60 partidos con la Selección Argentina entre 1989 y 2001, representando al país en tres Mundiales FIFA, Italia 1990, Estados Unidos 1994 y Francia 1998. Se desempeñó bajo la conducción técnica de Carlos Bilardo, Alfio Basile, Daniel Passarella y Marcelo Bielsa.

¿Con qué mundial te quedás de todos los que jugaste?

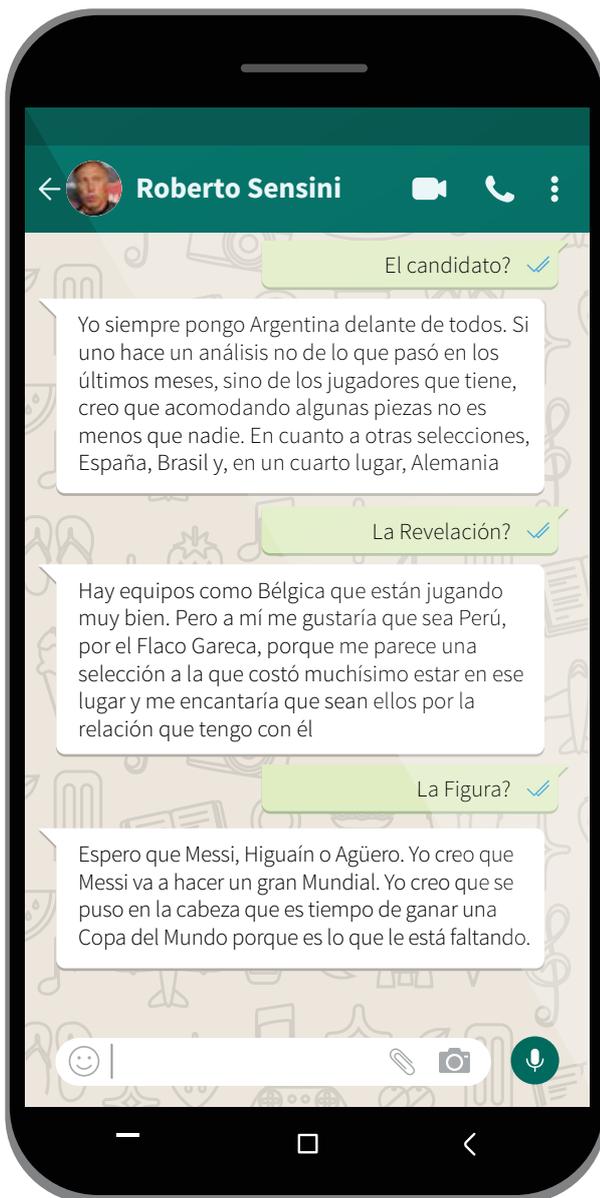
Me quedo con el de Italia que fue el primero, más allá de no haber podido ganarlo. A mí me tocó participar de esa jugada desafortunada del penal, por eso a veces me pongo en el lugar de estos muchachos a los que por momentos tildan de fracasados.

Yo creo que si alguien quiere ganar el Mundial son los jugadores, por eso aquel de 1990 me quedó grabado. Aunque yo creo que si es por elegir uno en el que realmente teníamos equipo y la posibilidad de ganarlo, me quedo con el del 94. La verdad que ahí había un grupo de jugadores muy bueno, con muchos que estaban en su plenitud y veníamos de ganar dos veces la Copa América. Yo creo que todo lo que pasó con aquel doping positivo nos disminuyó porque Diego era nuestro capitán, la figura, y me parece que ese era un mundial que estábamos muy cerca de ganar.

¿Ves parecido este momento de la Selección a alguno que te haya tocado vivir con esa camiseta?

A veces uno mira los momentos cuando la verdad es que no existe una receta. En el 85 cuando clasificamos con el gol de (Ricardo) Gareca, fuimos a un Mundial con un equipo muy cuestionado, estaba Maradona y el resto del equipo daba igual, pero terminamos siendo campeones del mundo. En el 2002 fuimos con Argentina ganando en el Maracanã y en todos lados, punteros, con un plantel bien armado y nos tuvimos que volver en la primera rueda. A mí me parece que lo importante es que Sampaoli y los jugadores que elija puedan encontrar tranquilidad para jugar.





ve, sobre todo con selecciones como España o cualquiera de las candidatas.

¿Ves parecido este momento de la Selección a alguno que te haya tocado vivir con esa camiseta?

A veces uno mira los momentos cuando la verdad es que no existe una receta. En el 85 cuando clasificamos con el gol de (Ricardo) Gareca, fuimos a un Mundial con un equipo muy cuestionado, estaba Maradona y el resto del equipo daba igual, pero terminamos siendo campeones del mundo. En el 2002 fuimos con Argentina ganando en el Maracanã y en todos lados, punteros, con un plantel bien armado y nos tuvimos que volver en la primera rueda. A mí me parece que lo importante es que Sampaoli y los jugadores que elija puedan encontrar tranquilidad para jugar.

¿Cómo ves el trabajo que se hace en las juveniles?

Me parece que se hicieron mal las cosas anteriormente; después de Pekerman nunca se volvió a retomar esa línea. No hubo una idea de buscar un proyecto a largo plazo y eso lo estuvimos pagando. Hoy me da la sensación de que hay una nueva visión y espero que se pueda mejorar porque hemos regalado cuatro o cinco años. Antes, normalmente uno que estaba en la sub-20 terminaba jugando en la mayor y eso ya no pasa.

¿Te imaginaste en algún cuerpo técnico?

Estuve muy cerca de incorporarme cuando estaba Jorge Theiler en las juveniles; tuvimos una reunión con Hugo Tocalli. Después éste renunció y asumió Sergio Batista y ya la posibilidad no se dio. Sí, me gustaría. La Selección es lo máximo que puede tener un jugador y un entrenador, porque sos el técnico de tu país. No se dio, pero en el futuro uno nunca sabe.

ESPACIO PUBLICITARIO

**HAY BENEFICIOS
QUE TE HACEN ESPECIAL.**



Te presentamos **la nueva tarjeta de beneficios** para clientes exclusivos de Alto Rosario Shopping

Info en www.alto-rosario.com.ar

Muchas veces parece que ponemos nuestra libido en la Selección y no en otros ámbitos.

El fútbol es pasión. Vos podés ser hincha de cualquier club y lo vivís día a día, pero la Selección no podés vivirla así ya que sólo juega cuando hay una eliminatoria, una Copa América o un Mundial, entonces se trata de un hincha exclusivo. Yo creo que a veces ese contagio que se da dentro de la cancha de fútbol es muy difícil que se dé en otros lugares, y se trata de un contagio en lo positivo y en lo negativo. Se trata de un efecto que se da dentro de la cancha y por eso creo que es muy difícil que se traslade a otros ámbitos.

on24

¿Y POR CASA?

La Asociación del Fútbol Argentino no pasó por sus mejores épocas luego del Mundial 2014. Tras el fallecimiento de Julio Humberto Grondona el 30 de julio de ese mismo año, comenzó una crisis institucional en la que el mando pasó por varias manos incluídos un interinato del vicepresidente Luis Segura (30 de julio de 2014 - 30 de junio de 2016), un Comité de Regularización presidido por Armando Pérez (1 de julio de 2016 - 29 de marzo de 2017) y, finalmente, el mandato de Carlos Tapia, quien fue nombrado presidente el 29 de marzo de 2017 y se mantiene en el cargo actualmente.

La convulsionada realidad de la institución no fue muy dispar a la de la conducción de la Selección Nacional, que atravesó varios cambios de entrenadores en los últimos cuatro años. Tras la salida de Alejandro Sabella, último subcampeón del mundo, Gerardo Marti-

no asumió el cargo el 12 de agosto de 2014. Luego de haber perdido dos finales de la Copa América (2015 y 2016), el Tata renunció al cargo y su lugar fue tomado por Edgardo Bauza, el 1 de agosto de 2016. El Patón no obtuvo buenos resultados y fue despedido tras la llegada de Tapia a la presidencia de AFA; posteriormente, las riendas cayeron en manos de Jorge Sampaoli, quien será el encargado de la conducción técnica en el Mundial de Rusia 2018.

Sensini se mostró preocupado por esta realidad, y comentó: "No ayuda en nada. Por lo menos en el pasado siempre se habían respetado los procesos de la Selección. Creo que después de este Mundial, si se gana, que sería una alegría para todos nosotros, debería darse lugar a un proceso nuevo".



ESPACIO PUBLICITARIO

tenemos el
talento que será
el corazón
de tu negocio.



La tecnología ha hecho la vida más fácil, pero también menos personal. En Randstad creemos en el poder de la combinación de la tecnología con la pasión de nuestros profesionales en recursos humanos. Para ir más allá del análisis de un perfil. Para entender el corazón y el alma de tu empresa.

randstad.com.ar

 randstad

human forward.

GASTRONOMÍA // Por Redacción ON24

LOS MOZOS DE EL CAIRO YA TIENEN SU CAMISETA LISTA

EL EMBLEMÁTICO BAR DE LA CIUDAD YA SE PREPARA PARA RECIBIR LOS PARTIDOS DEL MUNDIAL

Un nuevo Mundial se acerca y una de las principales sedes de Rosario para ver los partidos de Messi y compañía será el tradicional bar El Cairo, un lugar que guarda cientos de charlas, encuentros, cafés, shows e imágenes de íconos de la cultura argentina, donde el sentimiento por la albiceleste se multiplica. Según contó a ON24 el encargado de relaciones públicas del emblemático bar rosarino, Ricardo “El Negro” Centurión, para la Copa del Mundo Rusia 2018 dispondrá de dos pantallas gigantes con excelente definición y se está evaluando algún tipo de diseño temático para todo el local. Además, los mozos atenderán vistiendo la camiseta

argentina, que “ya tienen lista”, dijo. “Va a ser bastante particular en esta ocasión porque los partidos son cerca del mediodía, por lo que la actividad normal tendrá un adicional”, indicó y estimó que, en ese sentido, habrá un buen nivel de reservas para los días en que juegue el combinado argentino. Hoy, El Cairo (Sarmiento y Santa Fe) cuenta con capacidad para 250 comensales.

“Los partidos se van a ver muy bien y eso va a pesar a la hora de las reservas. Te entusiasma ver el partido de la Selección acá”, aseveró Centurión y acotó: “También influye en la concurrencia si hay jugadores de Newell’s y Central entre los titulares”.

Por supuesto, “La Mesa de los Galanes”, que hoy frecuentan “Chiquito” Martorell, “Colorado” Vázquez, “Pitufo” Fernández o “Chelo” Molina, estará repleta cuando Argentina salga a la cancha, pero Centurión señaló que, a la hora de las reservas, las mesas más demandadas van a ser las que están cercanas a la pantalla que da la espalda a calle San Lorenzo “porque ahí hay menos reflejo del Sol”.

“Aunque después, cuando ya no hay lugar, la gente se sienta en cualquier lado”, afirmó.

También mencionó que los precios de la carta para el Mundial no variarán y sostuvo que si bien la consumición más común para este tipo de ocasiones es la pizza, aclaró que “la especialidad de la casa es el Cartilos”.

El Cairo fue inaugurado en 1943 en la planta baja de una casona y fue cobrando fama gracias a las reuniones de artistas e intelectuales locales, nacionales e internacionales que allí se realizaban. Cerró en 2002 y un incendio puso en duda su reapertura en 2004, pero gracias a un intenso trabajo de reconstrucción de la mano de arquitectos, artistas y obreros, se pudieron recuperar los 500 metros cuadrados originales, dándole a su fachada interna un estilo de la arquitectura colonial.

“Muchos de los motivos de mis cuentos y de los personajes ficticios que aparecen en mis libros están inspirados en las charlas que se daban con los muchachos en la mesa del bar”, decía Roberto Fontanarrosa, quien en su libro “La mesa de los galanes” inmortalizó al histórico bar, que hoy se erige como un multiespacio, con living, barra, biblioteca y escenario para shows en vivo.



GASTRONOMÍA // Por Redacción ON24



UN SHOT POR CADA GOL

EL PASO SPORT, EL CLÁSICO BAR DEPORTIVO, ANTICIPA SU OFERTA DE CARA AL MUNDIAL

El sector gastronómico será uno de los que más verán afectadas sus ventas por el Mundial Rusia 2018; la mayoría de los locales preparan sus estrategias para aprovechar mejor las grandes movilizaciones de hinchas que buscan la mejor alternativa para ver a la Selección Argentina. El Paso Sport es un lugar clásico para ir a ver eventos deportivos, por eso Mauricio Jurado, su titular, adelantó su jugada para la máxima cita del fútbol: shots de vodka por cada gol de Argentina y autoservicio de chop Quilmes para sus clientes.

Según confió el empresario a ON24, la estrategia en la esquina de Pellegrini y Paraguay estará centrada en los partidos de Argentina. El local estará completamente ambientado de celeste y blanco, el personal usará indumentaria especial en concordancia con el evento y se habilitará la planta alta para albergar a más hinchas. “Ofreceremos un shot de vodka opcional por cada gol de Argentina y les daremos la posibilidad de que puedan vivir la experiencia de tirarse su propio chop durante el partidos”, detalló Jurado. Una bandera gigante, 16 pantallas de alta definición y un sistema de sonido envolvente completarán la experiencia.

“La idea es que se viva una fiesta - comentó el titular -. No se trata únicamente del dinero, sino de devolverle algo a la gente regalando un poco del producto”. Además, afirmó que su expectativa es que el edificio esté lleno durante los partidos de la Albiceleste y que “el regocijo más grande sería ver a toda esa gente colmando el lugar, pasando un buen momento”.

Argentina jugará su encuentro debut ante Islandia el sábado 16 de junio a las 10:00 am; sus otros dos partidos serán a las 15:00, los días 21 y 26 respectivamente. Según Jurado, quien ya estuvo al frente de El Paso durante los últimos cuatro mundiales, los días y horarios no afectan visiblemente la concurrencia. “Es tanta la locura que se vive y las ganas que tenemos todos de ver a la Selección en el Mundial que eso es lo de menos. Hemos tenido partidos a las cuatro de la mañana con el local lleno”, destacó. Por otro lado, aclaró que para los choques matutinos, el bar ofrecerá promociones de desayuno continental para quienes se acerquen a vivíroslos por sus pantallas.

Sin embargo, no obstante la euforia



mundialista, Jurado paró la pelota e hizo hincapié sobre un momento incómodo para el sector gastronómico. “No creo que el tiempo que dure el Mundial o Argentina dentro de la competencia alcance para recuperar todo. Espero que ayude a algunos colegas que pasan momentos difíciles, con impuestos y servicios muy altos”, expresó. “Cuando le va bien al de al lado, implica que en algún momento me tiene que ir bien a mí también, así que espero que la situación mejore para que la ciudad siga teniendo una oferta tan amplia como la actual”, cerró.

EN LA PREVIA DEL MUNDIAL, LOS TELEVISORES FUERON LA VEDETTE EN FACTURACIÓN

DURANTE EL HOT SALE, SE VENDIERON EN TOTAL 42.900 ARTÍCULOS POR HORA

Las tres jornadas de descuentos y promociones para compras online, Hot Sale, que se realizaron el 14, 15 y 16 de mayo, a un mes del Mundial, totalizaron una facturación de \$6.170 millones a través de más de 1.9 millones de órdenes de compra. De esta manera, la facturación alcanzó un 79% más que en la edición 2017, con un ticket promedio de \$3.244, según informó la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), que calculó que se facturaron más de 85,5 millones de pesos por hora y se vendieron, en promedio, 42.900 artículos por hora. De acuerdo al relevamiento realizado a 227 empresas de Argentina que par-

ticiparon del Hot Sale, las categorías que más se vendieron en unidades fueron: Alimentos y Bebidas; Calzado; Indumentaria y accesorios para adultos; Indumentaria y accesorios infantiles; Decoración para el hogar y Televisores. En tanto, a nivel de facturación, los más vendidos en estos tres días fueron, por orden, televisores en primer lugar, secundado por pasajes de avión al extranjero, equipos de telefonía móvil, hotelería, computadoras de escritorio o portátiles y muebles.

Pablo Arias, miembro de la institución y director de Jamaica Inc, dijo a ON24 que si bien el televisor es un producto consolidado en los canales de venta online, en la previa del Mun-

dial “también hay rubros como gastronomía e indumentaria para los que se abren un montón de posibilidades de negocio”. “Son rubros en los que se va a sentir una diferencia respecto a años anteriores”, sostuvo. Cabe indicar que la Región Litoral representa casi el 10% de participación en el e-commerce total del país.

Hábitos de consumo

En esta edición del Hot Sale, los dispositivos móviles fueron los elegidos para la búsqueda de ofertas, ya que el 60% de los usuarios a nivel nacional ingresó a la web oficial a través de su celular.

Además, se destacó la amplia participación del interior del país, la cual por primera vez alcanzó el 52% de las visitas registradas en el sitio www.hot-sale.com.ar, que fueron 2,5 millones. “Registramos un aumento del 54% en cantidad de órdenes de compra respecto de la edición pasada. Esto demuestra que los usuarios confían cada vez más en el comercio electrónico y que el mercado online sigue su camino de desarrollo y profesionalización”, comentó Gustavo Sambucetti, director Institucional de la CACE.



Cuando crecés, te ves distinto.

Para potenciar nuestro crecimiento en Latinoamérica, abrimos una etapa en la comunicación y lo hacemos renovando nuestra identidad corporativa.

Seguimos construyendo confiabilidad y solvencia, para llevar adelante nuestra visión: mirar al futuro. Es nuestra forma de reafirmar el compromiso con los valores que nos identifican desde hace más de cien años.

 Berkley Argentina Seguros
una Berkley Company

 Berkley Argentina ART
una Berkley Company

 Berkley Argentina Re
una Berkley Company

 Berkley Colombia Seguros
una Berkley Company

 Berkley Brasil Seguros
una Berkley Company

 Berkley Uruguay Seguros
una Berkley Company

 Berkley México Seguros
una Berkley Company

 Berkley México Fianzas
una Berkley Company

 Berkley International Puerto Rico
una Berkley Company

 Berkley Latam & Caribbean
una Berkley Company

INDUMENTARIA // Por Redacción ON24



GRAELLS, ANTE SU 12° MUNDIAL AL FRENTE DE SPORT 78

EL TITULAR DE LA CADENA DE INDUMENTARIA DEPORTIVA MÁS IMPORTANTE DE ROSARIO, NELSON GRAELLS, DIALOGÓ CON ON24 EN LA PREVIA DEL MUNDIAL. ¿CÓMO AFECTA LA CITA DEPORTIVA AL RUBRO?

Nelson Graells, titular de Sport 78, abrió su primer local el 7 de mayo de 1972 en la ciudad, por lo que, como comerciante, le tocó vivir Alemania 74, Argentina

78, España 82, México 86, Italia 90, Estados Unidos 94, Francia 98, Corea Japón 2002, Alemania 2006, Sudáfrica 2010 y Brasil 2014.

“En nuestro rubro, generalmente el

Mundial empieza antes (del Mundial), porque toda la indumentaria y los accesorios que se van a usar los tenemos desde hace algunos meses”, indicó el titular de la principal cadena

de ropa deportiva en Rosario. “Y en plena competencia, las ventas se reflejan mucho de acuerdo a cómo se den los resultados”, agregó.

Según contó, los dos artículos más vendidos hasta el momento fueron la pelota oficial y la camiseta de la Selección Argentina, que, estimó, ya ascendió a cerca de 4.000 unidades. “Ambos han tenido buena recepción, gustaron mucho, pero para que la venta siga fluyendo necesitamos que el equipo avance en la Copa”, afirmó. El costo de cada una es de \$2.400 y \$1.600 respectivamente; la réplica de la pelota se vende a \$700.

“Nos jugamos mucho al resultado”, apuntó Graells y ejemplificó: “En el 2002, cuando no pasamos la primera fase, nos quedó mucha mercadería sin vender. Y en Brasil, por el contrario, la venta fue muy buena”. En el último Mundial, la comercialización de cami-

setas albicelestes superó las 10.000 unidades sólo en Sport 78, recordó el titular de la firma. “Nosotros estamos provistos de producto pensando en que Argentina va a avanzar en las distintas fases de Rusia”, apuntó.

Respecto a otros artículos vinculados a la máxima cita del fútbol, como camperas, remeras, chombas, short y conjuntos de invierno, Graells señaló que, por ahora, “la gente mira y consulta solamente”. Esto se debe a que por un lado “se nota una caída del poder adquisitivo” para el consumo interno y, por otro, aclaró, que “el clima de Mundial comienza más ahora cuando arranca la concentración de los jugadores”.

“En el 2014, creo que había un poco más de expectativa porque era en Brasil, un rival fuerte. Sin embargo, la mayor expectativa en Mundiales fue con el equipo de Bielsa (2002), donde ha-

bía un entusiasmo bárbaro y quedamos afuera en la primera ronda”, lamentó Graells. “La previa de Corea Japón fue increíble”, rememoró.

De todas maneras, el empresario santafesino sostuvo que “aunque la Selección no llegue en las mejores condiciones a Rusia, en todos los mundiales la gente mantiene la fe en el equipo argentino con la esperanza de hacer un buen Mundial y se interioriza en todos los productos vinculados al equipo”. En ese sentido, si bien dijo que “es muy difícil pronosticar un objetivo de venta, porque lo tenemos que evaluar en función del resultado”, manifestó tener “expectativa de que si el equipo funciona y contagia, vamos a andar bien”.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO

NEW VOLVO XC60



EL MÁS SEGURO Y EL MEJOR DEL MUNDO

El Nuevo Volvo XC60 obtuvo el 'World Car of the Year' en el Salón del Automóvil de Nueva York 2018.



WINNER
WORLD CAR AWARDS
2018 WORLD CAR OF THE YEAR

CONCESIONARIO OFICIAL INTEGRAL VOLVO
AVELLANEDA Y CARBALLO, ROSARIO. TEL: (0341) 410-1000, INT: VENTAS 381/382/386.
SERVICIOS 383. REPUESTOS 242/243. WWW.GIORGIVOLVO.COM



TURISMO // Por Sebastián Abella



¿CUÁNTO CUESTA IR A VER EL MUNDIAL?

EN 2014 CERCA DE 160.000 ARGENTINOS VIAJARON A TIERRAS BRASILEÑAS PARA ALENTAR A LA SELECCIÓN ARGENTINA Y DISFRUTAR DE LA FIESTA DE LA COPA DEL MUNDO. ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS PARA RUSIA?

El turismo es uno de los rubros que más incrementa su actividad durante la disputa de la Copa del Mundo FIFA. Turismo Carey, referente local en la materia ya anticipó que espera un volumen de pasajeros similar al que hace cuatro años viajó a Brasil. Además, comentó sobre la posición que ocupa el dólar en este partido.

Para muchos, y más aún para aquellos que disfrutaron del fútbol, este año se renueva el sueño mundialista. Si

bien Brasil 2014 dejó un gusto amargo, es destacable que los argentinos se las arreglaron para copar las calles y estadios cariocas; se estima que cerca de 160.000 fueron los aventurados. Por ese mismo motivo, ante un 2018 que presenta un desafío algo más grande, nos preguntamos. ¿Cuánto le cuesta a un rosarino viajar a Rusia para ver el mundial?

Tal y como nos cuenta el CEO de Turismo Carey, Eduardo Carey, comprar sobre la fecha no solamente da lugar

a posibles complicaciones en lo referido a la consecución de reservas sino que también puede resultar costoso. Un paquete estándar, que incluiría pasajes de ida y vuelta, alojamiento en hoteles de 3 estrellas, dejando de lado consumo y traslados internos, valdría entre U\$D 5000 y U\$D 6000.

En comparación con el costo de viajar en el año 2014 para el mundial de Brasil, medido en dólares, los rosarinos estaríamos abonando un monto

similar, ya que en ese entonces, podían contratarse planes de viajes relativamente básicos, a un valor cercano a los U\$D 6000.

Para los argentinos, las grandes ilusiones parecen tener costos crecientes. En este sentido, la acentuada coyuntura local, caracterizada por un continuo proceso devaluatorio, sin dudas es la que se lleva todas las copas – de noviembre 2017, con un dólar que se ubicaba alrededor de los \$18, a una actual situación en la que la moneda norteamericana supera los \$22 y presenta un futuro muy incierto-. Por lo que, aquellos que tuvieron la fortuna de hacerse con su paquete de viaje a principios del corriente año y lo abonaron con tarjeta de crédito congelando el tipo de cambio, según nos comenta el CEO, habrían hecho un “buen negocio” y estarían pagan-

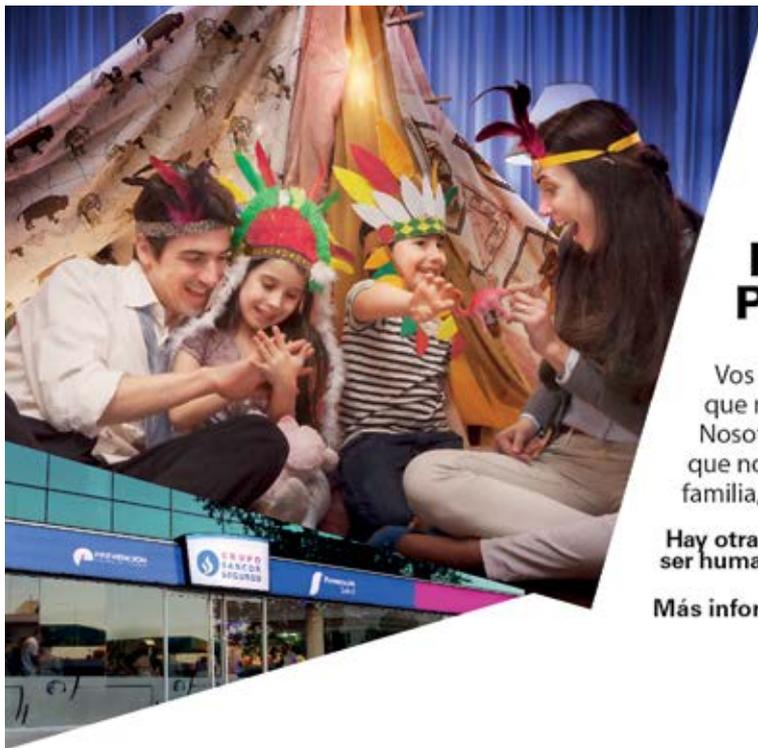


do realmente mucho menos en pesos. Quizás apelando al fanatismo de los residentes o a que “ya pasó el grueso de las ventas”, las perspectivas sobre el volumen de operaciones de esta etapa final, en base a la dinámica que ha tomado el mercado cambiario en

las últimas semanas, parecen no verse afectadas negativamente, lo que confirmaría que podrían ser muchos los que sueñan con una selección Argentina que juegue en la final.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO



VOS TE OCUPÁS DE TU FAMILIA. NOSOTROS NOS OCUPAMOS DE QUE PASE LO QUE PASE, PUEDES HACERLO.

Vos trabajando y educándolos en valores para que respeten a los demás y al medio ambiente. Nosotros con un sistema integrado de coberturas que no sólo protegen tus bienes, tu vida y la de tu familia, sino la calidad de la misma.

Hay otra forma de ser sustentable. Hay otra forma de ser humano.

Más información en www.gruposancorseguros.com

SER SUSTENTABLE. O NO SER.



SANCOR SEGUROS

JULERIAQUE ESTRENÓ SU NUEVO LOCAL EN UNA ESQUINA HISTÓRICA

LA FIRMA CELEBRÓ LA INAUGURACIÓN EN ENTRE RÍOS Y CÓRDOBA, EN UN LOCAL EMBLEMÁTICO PARA LA PERFUMERÍA DE LA CIUDAD. ADEMÁS, ESTRENÓ UNA NUEVA UNIDAD DE NEGOCIO JUNTO A L'OREAL

Juleriala celebró la apertura de su décimo local en la ciudad de Rosario y le cambió el look a la tradicional esquina de Entre Ríos y Córdoba. El local, otrora perteneciente a Fanny, fue desde hace cincuenta años un símbolo de la perfumería rosarina, además de ser considerado patrimonio histórico por su fachada característica.

Este nuevo local se transformó en un megaspacio de belleza, y será una visita obligada para quienes buscan el lineario más completo de fragancias importadas, las últimas tendencias en makeup y skincare, los mejores estilistas y coloristas, asesoramiento personalizado en cambios de look, estética de manos y pies y mucho más. “Esta apertura es muy especial para nosotros, estamos rindiendo un homenaje y celebrando los cincuenta años de esta tradicional esquina de la ciudad, reconocida por ser un símbolo de la perfumería rosarina”, aseguró la asistente de marketing, Samantha Juleriala a ON24. En el año 1968 Fanny abrió las puertas de su

tienda y comenzaría entonces la historia que hoy Juleriala decide continuar. “Se remodeló y restauró este edificio histórico, y hoy le

rendimos este tributo y continuamos apostando a este rubro que tanto amamos: La belleza”, destacó.

La firma aprovechó los dos pisos de los que dispone el edificio para instalar una nueva unidad de negocio. Mientras que la planta baja quedó destinada exclusivamente a su actividad principal, en el nivel superior se instaló Hair Studio by Juleriala, una nueva unidad que abarca el rubro capilar de la mano del expertise del grupo L’Oreal, permitiendo a Juleriala dar un abordaje integral en lo refe-



rente a la belleza. Cuenta con sectores de coloración, corte y peinado, diagnóstico capilar, rituales y tratamientos; y estética de manos y pies. Ambos niveles son operados por un staff de veinte personas y mantienen una misma estética basada en un diseño vanguardista y moderno. Cabe destacar además que Juleriala es una cadena que cuenta con 40 locales en las ciudades más importantes del país.

INDUMENTARIA // Por Redacción ON24

JAPÓN SE ACERCA AL PORTAL Y ESPERA POR EL ALTO

Japón, la marca rosarina de indumentaria que dirige el empresario Orlando García, también propietario de Laundry, podría llegar en las próximas semanas al Portal Shopping, al tiempo que espera por un lugar en el Alto Rosario Shopping. El primer local de la marca, que abrió meses atrás en la peatonal Córdoba 1365, generó “una muy buena recepción de la gente”, según dijo a este medio García, por lo que el empresario ya está evaluando y negociando nuevos puntos de venta al público. “Hay varias propuestas”, señaló. “Quizá, el próximo local sea en el Portal”, vaticinó. Si bien aún no está definido el desembarco, sí se sabe que, en ca-

so de concretarse, Japón ocuparía el local de Laundry, que se mudaría adonde funcionaba Levi's. Tampoco se estableció aún si se trataría de una franquicia o producto propio, como el de la peatonal.

Además, García también aspira a abrir un tercer punto en el Alto, para lo cual, dijo, “estoy esperando turno”. Cabe indicar que el centro comercial del barrio Refinería está llevando adelante una reestructuración de locales en base a la llegada de la tienda Zara, que inauguró días atrás en un imponente espacio.



¿LAUNDRY NUEVO?

Por otra parte, el empresario analiza la posibilidad de instalar un Laundry en lo que será el Paseo del Bosque, el shopping center de 10.000 metros cuadrados que desarrolla el Grupo Di Santo en Circunvalación y Newbery y que inaugurará en los próximos meses.

En tanto, García destacó la apertura del Laundry que estaba en Córdoba 1365 (donde aterrizó Japón) y se mudó una de las esquinas céntricas más codiciadas, como lo es Córdoba y Corrientes (donde funcionaba Arredo). “Fue una muy buena acción”, subrayó.



PANIFICACIÓN // Por Mariano Fortuna

FAMILIA ANABEL: «LOS COSTOS OPERATIVOS SON ALTÍSIMOS»

EL SECTOR PASA POR UN MOMENTO COMPLICADO Y ALGUNAS LUCES DE ALERTA SE DISPARARON LUEGO DEL SORPRESIVO CIERRE DE LA TRADICIONAL PANADERÍA ALCORTA.

Para Familia Anabel la industria de la panificación sufre de “altísimos costos operativos”. Luego del cierre sorpresivo de la tradicional panadería Alcorta y los reclamos del sector respecto al aumento de los insumos, desde la conducción de la histórica firma apuntaron a un contexto de márgenes flacos, en el que es vital cuidar los gastos e inversiones al detalle.

“Nos sorprendió el caso de panadería Alcorta, yo no sé exactamente cuál fue el problema, pero entiendo que se está atravesando por un momento complicado, y lo peor que podés hacer es negarlo”, comentó uno de los responsables de Familia Anabel, Marcelo Settimo, a ON24. Y ahondó, “éste es un tiempo para estar más tranquilo y sostener estructuras. Ha subido el gasto operativo en todo sentido, y es parte

de una situación de la macro que invade a todos los rubros”.

Según Settimo, la empresa, al ser fabricante y tener una fuerte pata comercial, se ve afectada por varios flacos, pero gracias a la diversificación lograda como estrategia de crecimiento de marca, logró una flexibilidad que le permite atravesar

la situación compensando márgenes entre las diversas áreas.

“Si tengo que hacer hincapié en algo, es en los costos operativos, tanto en la industria como en el comercio. Somos un país de baja tecnificación, donde los componentes fundamentales son la materia prima y el recurso humano, cuya incidencia es muy alta”, advirtió el empresario.

“Con el peine fino”

A la hora de pensar en cómo atravesar la coyuntura, no hay demasiado margen para retocar y se debe ser cuidadoso. “El sector no tiene estructuras dinámicas, es siempre la misma, así que de ahí no podés tocar nada; tampoco podés resignar en materias primas, y tenés que amoldarte a los límites que te pone un mercado muy competitivo”. Motivo por el cual, “las diferencias están en el detalle, en el billete chico (...) Tenés que controlar hasta el mínimo costo, y si se hace una inversión, debe ser lo más eficiente posible. Obviamente que no todos pueden”.





**PENSÁ EN TU FUTURO.
HABLEMOS DE TUS AHORROS.**



0800 444 6070
pilayinversiones.com



**PILAY
INVERSIONES**

FIDEICOMISO FINANCIERO PILAY I y II. El Programa Global de Fideicomisos Inmobiliarios PILAY fue autorizado por resolución N° 17.179, N° 17.241 de la CNV. Las series fueron autorizadas por Providencias de su Directorio del 31.01.2014, 05.05.2015 y 11.08.2016 respectivamente. No constituyen un fondo común de inversión, ni se encuentran alcanzadas por la ley 24.083. Tales autorizaciones sólo significan que se ha cumplido con los requisitos en materia de información. PILAY S.A. es una sociedad inscripta como Fiduciario Financiero en la CNV bajo el N° 52. Para más información www.cnv.gob.ar.

DE LUJO // Por Redacción ON24

EL SUEÑO DE MIKI ROSENTAL SE HIZO REALIDAD

QUEDÓ INAUGURADO EL COMPLEJO ALTO BURÓ CON HOTEL 4 ESTRELLAS. SUMA 96 HABITACIONES A LA PLAZA ROSARINA, ADEMÁS DE UNA TORRE DE OFICINAS Y UN PASEO COMERCIAL

Con la presencia de autoridades provinciales y municipales, en la tarde de ayer quedó inaugurado oficialmente el complejo Alto Buró, en Puerto Norte. El mismo comprende una torre de oficinas, un paseo comercial y el hotel 4 estrellas Dazzler Rosario, el cual será gerenciado por la marca internacional Wyndham.

El emprendimiento está emplazado en el megaproyecto Condominios del Alto, que Rosental y Fundar comenzaron a diseñar y construir hace doce años revolucionando el concepto urbanístico de la ciudad. Ayer, con la culminación de

Alto Buró, se cerró finalmente el ciclo de obras tan importantes para la zona.

En ese sentido hoy el barrio Refinería de Puerto Norte se ve transformado gracias a este ambicioso desarrollo que nació del ideario de Miguel Rosental. Cabe destacar que los 44.000 m2 del terreno del barrio eran sólo pastizales hasta hace algunos años atrás. Hoy, los más de 110.000 m2 edificados con condominios y torres, viviendas de calidad, oficinas, grandes superficies parqueadas, locales comerciales y un hotel, a metros del Alto Rosario Shopping, el parque Scalabrini Ortiz y el río.

“Hoy estamos felices de estar dando cierre a un gran sueño, que tuvo origen hace más de 12 años y que pudo concretarse gracias a la convicción y al trabajo a consciencia de este grupo de profesionales y empresarios rosarinos, asociados para esta gran obra con un edificio de oficinas y una cadena hotelera de primer nivel internacional como lo es Wyndham” expresó Lisandro Rosental, presidente de Rosental Inversiones. “Lo más lógico y fácil era hacer tres torres de vivienda en esta zona, pero mi papá fue en contra eso y la realidad nos dice hoy que tenía razón. El camino fue más difícil, pero también hoy es mucho más gratificante”, destacó visiblemente emocionado, despertando un cerrado aplauso de los cientos de personas presentes en el evento inauguración.

“Estamos exultantes. Con esta inauguración, damos las hurras y terminamos un ciclo”, agregó, por su parte, el directivo de Fundar Daniel Verger en su dis-

curso, haciendo referencia a la culminación de las etapas uno, dos, tres y cuatro del desarrollo. “Hemos ayudado a consolidar un nuevo concepto de ciudad”, destacó y agregó que esta etapa del emprendimiento, que demandó 27.000 m2 de obra, fue “la más compleja”.

En tanto, la intendenta Mónica Fein felicitó a los empresarios rosarinos y a la cadena hotelera Wyndham Hotel Group (que gerenciará el Dazzler) por llevar adelante este emprendimiento inmobiliario y confiar en Rosario. “Rosental y Fundar son dos actores que dejan huellas en la ciudad”, resaltó la mandataria, quien también aprovechó la oportunidad para recordar a “Miki” “por esa visión de futuro de la que estamos orgullosos”.

Torre de oficinas

La torre de oficinas está organizada en 14 niveles y ofrece 130 unidades de 40, 85 y 150 metros cuadrados aproximadamente, con posibilidad de fusión, garantizando extensas opciones de personalización del espacio de trabajo. Además, cada una está dotada de áreas comunes como SUM y gimnasio con vestuarios, y una envidiable vista a la ciudad y al río.

Hotel de marca internacional

La compañía hotelera más grande de la Argentina y el mundo, Wyndham, dio un nuevo paso en su crecimiento con la inauguración oficial del hotel Dazzler Rosario, emplazado en el complejo Alto Buró.

“Desde Wyndham Hotel Group apos-



tamos a fortalecer nuestra presencia en Rosario, donde ya contábamos con establecimientos de las marcas Esplendor y Howard Johnson”, indicó Eduardo Cruz del Río (Vicepresidente de Operaciones para América Latina y El Caribe de Wyndham Hotel Group) durante el evento de ayer. “Contamos con 57 hoteles de nuestras marcas en Argentina, y en el transcurso de este año estamos trabajando para abrir 14 más”, anunció. El nuevo hotel dispone de 96 habitaciones de 32 metros cuadrados matrimoniales, twin o triples y 48 cocheras. Además, cuenta con restaurante, desayuno, gimnasio, business center, piscina descubierta panorámica, hidromasajes, solarium deck y terraza con vista al río Paraná, entre otros servicios. En el primer piso, donde funciona el desayuno y el gimnasio, también se encontrará abierto al público a partir del martes 8 de mayo, el bistró BOW, que

promete convertirse en un destacado del circuito gastronómico de la ciudad. Este Dazzler es el cuarto hotel de Wyndham Hotel Group en Rosario, sumándose al tradicional Esplendor Savoy y a los dos Howard Johnson, uno en Rosario y otro en Funes. Entre los cuatro suman una oferta total de 295 habitaciones, grandes salones para eventos corporativos y amenities.

Con esta apertura, Wyndham Hotel Group alcanza los 57 establecimientos en el país, ubicados en 15 provincias, bajo las marcas Howard Johnson®, Ramada®, Wyndham Hotels & Resorts®, Dazzler® Hoteles, Esplendor Hoteles Boutique y Days inn, marca recién llegada al país con su apertura en La Plata.

“Nuestro crecimiento en América Latina, en donde pasamos de cien a doscientos hoteles entre 2014 y 2017, ha sido increíble”, señaló Cruz del Río. La presencia de Wyndham en la región alcanza más de 25.000 habitaciones, distribuidas en 20 países y 14 de las marcas del grupo. El grupo espera finalizar el año con 241 hoteles abiertos en la región.

on24



ESPACIO PUBLICITARIO

El café que tu empresa merece.

Vení a La Fazenda y encontrá la máquina de café expresso que se adapta a las necesidades y exigencias de tu empresa. La mayor variedad, todos los insumos y el mejor servicio.



Santa Fe 1598
2000- Rosario

Tel: 0341 4480111
www.lafazendaonline.com.ar

La Fazenda
Pasión por el café



EL 30 ANIVERSARIO DE FUNDACIÓN LIBERTAD EN IMÁGENES

LA CENA DE FUNDACIÓN LIBERTAD VOLVIÓ A CONVOCAR EN BUENOS AIRES A MÁS DE MIL PERSONAS. EL EVENTO CONTÓ LA PRESENCIA DE MAURICIO MACRI, SEBASTIÁN PIÑERA Y MARIO VARGAS LLOSA

Fundación Libertad se lució el pasado 27 de abril una vez más con un evento que convocó a más de mil personas, entre las que se encontraban intelectuales, periodistas y referentes del empresariado, la farándula y de la política nacional. La velada tuvo lugar en el Salón Blanco del Complejo

Golden Center, en Parque Norte, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. A las 18:45 se abrió la acreditación para los asistentes, los cuales pasaron por la red carpet instalada en la entrada del lujoso salón. Allí, posaron para las cámaras de la prensa y varios se prestaron para contestar algunas

preguntas ante los micrófonos, todo bajo un clima de optimismo y con la expectativa de escuchar el diálogo entre Mauricio Macri, Sebastián Piñera y Mario Vargas Llosa.

Una vez dentro, se celebró un cocktail que contó además con un espacio VIP, en el que se juntaron Vargas Llosa, el

canciller Jorge Faurie , los ministros Guillermo Dietrich (Transporte) y Luis Miguel Etchevehere (Agroindustria), el embajador José Octavio Bordón, el empresario Cristiano Rattazzi y María Kodama, entre otros.

Luego de la transición hacia el salón principal donde se sirvió la cena, poco después de las 20:15, se produjo la llegada de Mauricio Macri, quien fue recibido con aplausos de pie. Luego, Bongiovanni tomó la palabra y efectuó las presentaciones pertinentes para pasar al diálogo entre los invitados de honor y, finalmente, a la cena propiamente dicha.



on24









CLAVES DE UN DIÁLOGO TRASCENDENTAL

EL MOMENTO ESTELAR DE LA GRAN NOCHE DEL THINK TANK ROSARINO EN BUENOS AIRES FUE EL DIÁLOGO ENTRE MAURICIO MACRI, SEBASTIÁN PIÑERA Y MARIO VARGAS LLOSA. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, EDUCACIÓN Y POPULISMO FUERON LOS EJES DEL INTERCAMBIO

Durante la cena por el 30 aniversario de Fundación Libertad celebrada en el Salón Blanco del complejo Golden Center, tuvo lugar un trascendente diálogo entre los tres invitados de honor a la velada: Mario Vargas Llosa, el escritor ganador del premio Nobel de Literatura, Sebastián Piñera, presidente de Chile, y Mauricio Macri, presidente argentino. El intelectual peruano ofició como moderador, arrojando sobre la mesa algunos temas sobre los cuales ambos mandatarios respondieron. Entre los ejes principales, se destacaron el populismo y la educación. El intelectual peruano abrió la conver-

sación con un breve preámbulo y enseguida disparó su primera pregunta: “¿Cómo se pueden lograr ustedes gobiernos de pensamientos liberales y crear al mismo tiempo igualdad de oportunidades para todos?”. Ante el planteo, Piñera contestó: “Hay que asegurar la igualdad de oportunidades con herramientas concretas como la educación de calidad a edad temprana”. Mientras tanto, Macri se escuchó en su apuesta por facilitar el acceso a la tecnología: “Las revoluciones tecnológicas en educación nos exigen ganar tiempo en una Argentina que perdió décadas al no encontrar su ca-

mino correcto. Queremos generar oportunidades desde la conexión a internet en todo el país hasta brindar oportunidades y salud a los niños desde los primeros 45 días del nacimiento en adelante, ya que esa es la edad crucial para adquirir conocimientos”. Aprovechando el pie que le habían dado sus interlocutores, el Nobel arremetió con su segunda interpelación: “Pocas personas en el mundo recuerdan que Argentina tuvo el sistema educativo más extraordinario. El sistema era un modelo para el mundo hace más de cien años. ¿Qué pasó?”. En cambio, remarcó que Chile “es el país

que más ha avanzado a la modernidad en América Latina, aunque se han visto protestas de estudiantes disconformes con el sistema actual”.

Macri fue directo y apuntó contra la gremial docente: “Estamos llevando un debate muy difícil porque ellos (los gremios) han tomado mucho poder. Queremos plantear un cambio en la educación, pero se oponen más allá de que los docentes están de acuerdo”. Luego, añadió que el cambio en el sistema educativo era una discusión “maravillosa”, la cual debe llevarse a cabo para lograr alcanzar “la Argentina que queremos”. Finalmente, aclaró su postura ante la dicotomía entre educación pública y gratuita o educación paga: “No hay que enojarse con la educación privada, sino mejorar la pública. La educación es LA herramienta”.

Piñera, por su parte, comenzó su respuesta acerca del sistema educativo argentino mencionado por Vargas Llosa: “Se requiere de mucho coraje para adoptar la tarea de recuperar el tiempo perdido y recuperar un sistema de educación en el largo plazo. Decirle a un país que debe salir del populismo y la demagogia requiere un gran coraje y perseverancia”. Luego, prosiguió con la respuesta acerca de las protestas de los estudiantes chilenos: “Pedían educación pública, gratuita y de calidad. Estoy 100% de acuerdo con lo último, pero creo en un sistema mixto en el que el Estado les asegure a todos los jóvenes acceso en función de su talento y no de sus recursos económicos; no estamos de acuerdo con un Estado que administre completamente la educación”. Finalmente, ahondando en su opinión, apuntó contra el populismo: “Los que defienden la mano todopoderosa del Estado, apuestan por la demagogia. El Estado debe ser un buen padre de familia o una buena madre, que quiere a todos sus hijos por igual de forma especial. Un gobierno que quiera cumplir con su misión moral tiene que ser la voz de los que no tienen voz”.

Una vez más el escritor peruano, reco-

giendo la última parte del discurso de Piñera, invitó a ambos presidentes a reflexionar acerca de la situación de Venezuela: “¿Cómo podemos ayudar al país que en sus épocas de brillo abrió sus puertas al resto de los países latinoamericanos?”. A la hora de responder los dos gobernantes coincidieron en que no reconocerían el resultado de las elecciones venezolanas, aunque construyeron sus respuestas sobre bases diferentes.

Piñera fue tajante en su postura: “La situación de Venezuela es una tragedia humanitaria. Se instaló una dictadura, no hay respeto por los derechos humanos y todos los países que mostraron inclinación por este régimen tienen una parte de la responsabilidad”. Siguiendo con su descargo, disparó contra Maduro: “Me pregunto cómo puede tener tanta ambición de poder que, viendo el sufrimiento de su pueblo, persiste en perpetuarse allí. Debería darse cuenta de que él es parte del problema y nunca será parte de la solución”. Finalmente, llamó a la unión y al consenso entre latinoamericanos: “América Latina está unida en apoyar la oposición. No vamos a reconocer un gobierno que da un golpe de estado y que se roba todos los poderes; ni una elección que no cumple con ninguno de los estándares que debe cumplir un acto democrático transparente”.

En cambio, Macri optó por hacer una suerte de paralelismo con la situación que se vivió en Argentina. “Venezuela estaba sentada sobre un mar de petróleo y hoy ya no funcionan las refinerías ni la electricidad. En lo que diferimos los argentinos es que dijimos ‘hasta acá llegamos’. Estas propuestas mágicas que suenan a cantos de sirena no tienen que existir más. La vida es difícil, apasionada, y la mejor manera de afrontarla es ser parte y no quedarse esperando a que vengan a solucionar los problemas”, señaló. Luego cerró con contundencia: “Me siento frustrado porque seguimos presentando denuncias y seguimos encontrando trabas. No vamos a reconocer el resultado de estas elecciones”. A la hora de terminar, Vargas Llosa les pidió a ambos presidentes que reflexionen sobre el país que imaginaban para el final de sus respectivos mandatos. Macri reafirmó su promesa de campaña de lograr una Argentina sin pobreza, y alentó a establecer políticas “sin atajos” para que en diez años haya un crecimiento del 4% anual. Mientras tanto, Piñera cerró con la promesa de dejar “un Chile donde haya un verdadero desarrollo con igualdad de oportunidades, calidad democrática y seguridad en las calles”.

on24



VARGAS LLOSA EN ROSARIO // Por Redacción ON24



«EL LIBERALISMO ES LA FUERZA MÁS TRANSFORMADORA Y REGENERADORA DE LA DEMOCRACIA»

EN OCASIÓN DE LOS FESTEJOS POR LAS TRES DÉCADAS DE VIDA DE FUNDACIÓN LIBERTAD, EL NOBEL DE LITERATURA, MARIO VARGAS LLOSA, VISITÓ ROSARIO POR QUINTA VEZ. ANTE UN AUDITORIO COLAMADO PRESENTÓ SU ÚLTIMO LIBRO, "LA LLAMADA DE LA TRIBU"

Con motivo de los 30 años de Fundación Libertad, el Premio Nobel de Literatura Mario Vargas Llosa visitó por quinta vez la ciudad de Rosario, donde presentó su último libro, "La llamada de la tribu", ante más de 1.100 personas en el Tea-

tro Fundación Astengo. Para la ocasión, la institución rosarina organizó el diálogo "Cultura y Libertad", en el que participaron el presidente de Fundación Libertad, Gerardo Bongiovanini; la presidente de la Red Liberal de América Latina, Rocío Guijarro; el his-

torizador económico Mauricio Rojas y el escritor y periodista Álvaro Vargas Llosa.

En un set especialmente preparado para recibirlo, Vargas Llosa contó sus inicios como seguidor y admirador del movimiento socialista y narró cómo,

después de conocer la realidad cubana, decidió apartarse de él. “En ‘La Llamada de la Tribu’, trato de mostrar cómo llegué al liberalismo, a través de un proceso fundamentalmente intelectual”, indicó.

“El libro también quiere mostrar todas las mentiras que se dicen sobre el liberalismo y expresar que la doctrina liberal está totalmente reñida con aquellas llamadas de derecha o reaccionarias”, señaló el escritor. “El liberalismo, que está totalmente identificado con la democracia, es quizá la fuerza más transformadora y regeneradora de esa misma democracia”, recalcó. En tanto, el Nobel de Literatura (2010) también se refirió a la “versión negativa” que se ha adoptado en Latinoamérica sobre el capitalismo y sostuvo: “Hemos tenido un capitalismo de amiguetes, que vivía de favores entre empresas y funcionarios, que establecían un sistema de privilegios. Y ese tipo de capitalismo merece las críticas más severas, pero ese capitalismo no es el que propone la doctrina liberal”.

Por otra parte, el presidente de la Fundación Internacional para la Libertad fue consultado por el rol actual de los intelectuales, el cual, consideró, “ha cambiado”. “Los intelectuales han defendido cosas terribles como el comunismo, que fue incapaz de satisfacer los anhelos sociales y económicos y además creó sociedades invivibles, campos de concentración o fenómenos como la Revolución Cultural China, donde millones de personas fueron sacrificadas a una idea equivocada de progreso y justicia social. Eso ha devaluado profundamente el mito del intelectual como gran educador para la sociedad”, expresó.

“Los países democráticos que han avanzado más en la coexistencia de la diversidad son los que han avanzado más en la civilización, con formas de justicia mucho más avanzadas y con niveles de vida más elevados. Pero ese sistema de avances lentos y progresivos, que erradica la violencia, no tiene el

atractivo que tienen las utopías perfectas y por eso el intelectual ha sucumbido con tanta facilidad a las utopías irrealizables como el comunismo”, indicó el escritor.

Además, Vargas Llosa dedicó unos minutos a analizar lo que denominó la “frivolización y banalización de la cultura de nuestro tiempo”, a la que se le asigna como principal función, dijo, “entretener y divertir por sobre educar a la sociedad”. En ese sentido, aseveró: “La revolución audiovisual ha introducido un tipo de entretenimiento y diversión que tiene poco que ver con la literatura y es un fenómeno que yo veo como peligroso. Es verdad que gracias a ella hoy día es casi imposible la censura y eso hace que tengamos una información mucho más libre que antes, pero al mismo tiempo esa revolución ha traído una confusión respecto a la jerarquía de las noticias”.

Vargas Llosa apuntó que “vivimos en la época de la posverdad, donde las mentiras reemplazan a las verdades y eso crea una extraordinaria confusión, al extremo de no saber a dónde vamos”, y remarcó que “va a depender de nosotros que esos avances en el

campo de la tecnología terminen creando un infierno totalitario en el mundo o que prevalezca sólo el aspecto positivo de esa revolución”.

“Lo importante es saber que depende de nosotros: si las imágenes de las pantallas derrotan definitivamente a los libros, yo creo que sería muy grave, porque quedaríamos a merced de las manipulaciones. Pero si eso pasa, será nuestra culpa. La evolución es una elección humana”, reflexionó.

Por último, se refirió a su continua producción literaria y participaciones en seminarios y charlas, que mantiene a sus proactivos 82 años de edad y cerró: “Yo tengo la suerte de poder hacer aquello que me gusta. De tal manera que escribir, para mí, no es un trabajo. Aunque me toma mucho tiempo y esfuerzo, para mí es un placer. Me atrevería a decir que es lo que me mantiene vivo. Yo creo que si no pudiera escribir ni leer, que son cosas tan hermosas que enriquecen tanto mi vida, me moriría rápidamente. Yo tengo la esperanza de morirme con una pluma en la mano y terminando una frase, que espero sea feliz”.

on24



EN TREN // Por Mariano Fortuna



MILICIC CONFORMARÁ UTE CON CHEDIACK PARA OBRA FERROVIARIA

AMBAS EMPRESAS SE UNIRÁN PARA REALIZAR UNA INFRAESTRUCTURA QUE UNIRÁ EL NOROESTE ARGENTINO CON LA CIUDAD DE ROSARIO

Dos firmas se unen para realizar infraestructura ferroviaria que une el NOA con Rosario. Formarán una Unión Transitoria de Empresas (UTE), para obras de renovación de ramales del Belgrano Cargas que fueron licitadas hacia finales del año pasado.

La rosarina Milicic anunció la conformación de la UTE junto a Chediack S.A.I.C.A. Ambas empresas tienen trayectoria en grandes trabajos de infraestructura y obras civiles industriales, además de estar llevando adelante obras viales en las principales arterias del país. Chediack, por ejemplo, participó en

obras de mejora de la autopista Ezeiza-Cañuelas, y en la de Ruta Nacional N°7. Mientras que Milicic se encuentra trabajando en la ejecución de caminos de acceso, plataformas de montaje y fundaciones de aerogeneradores en el parque Eólico Achiras, para la empresa Central Puerto Renovables. Un proyecto de 47.25 MW ubicado en la provincia de Córdoba.

Las obras viales para las que se asociaron ambas constructoras generan altas expectativas en el NOA, ya que forman parte de la dilatada tercera etapa y última etapa de recuperación del Belgrano Cargas.

Son 558 kilómetros de nuevas vías que licitó la Administración de Infraestructuras Ferroviarias Sociedad del Estado (Adifse) para los ramales que conectan a Metán con Joaquín V. González (C12); a Chalicán con Rosario de la Frontera (C15 y C) y la Ciudad Termal con la localidad santiagueña de Rapelli y las estaciones tucumanas de Las Cejas, Gobernador Nogués y el Ingenio San Pablo (C8, C y C28), y que atraviesan las provincias de Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán.

EDIFICIO
CONQUEROR

Clásico y funcional.

Dos torres, a metros de Pellegrini, con todas las opciones.

Presentamos Conqueror. Un edificio concebido para ser funcional, clásico y moderno. Características difíciles de encontrar en los nuevos proyectos.

Con unidades tipo monoambiente divisible, de uno y dos dormitorios con escala familiar.

Con locales comerciales en PB, oficinas en entrepiso y cocheras.

Y una organización bien pensada.

Conqueror. En J.M. de Rosas 1630, Rosario.

PREVENTA



Madres de Plaza 25 de Mayo 3020 P. 8º
Torre Nordlink - Puerto Norte - Rosario
(0341) 558 1414 / 558 8888



Buenas ideas + Mucho trabajo
www.g70desarrollos.com.ar



LA LOCAL GALEA ENTRA EN ESCENA NACIONAL CON VIVIENDAS SUSTENTABLES

APROVECHANDO LA INVITACIÓN DE GERDAU, LA FIRMA ROSARINA PARTICIPARÁ DEL PROYECTO QUE CONTEMPLA LA CONSTRUCCIÓN DE TRESCIENTAS CASAS EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

El gobierno nacional junto a la Cámara Argentina del Acero planea construir en tierras bonaerenses un barrio piloto de viviendas sustentables con estructura metálica. En ese marco, Gerdau invitó a la rosarina GALEA, empresa especializada en la construcción en acero, a exponer ante el gobierno nacional los beneficios económicos y ambientales de comenzar a trabajar con estructuras de ese material. Diego Gindin, gerente de la compañía, estuvo a cargo de la presentación en la Jornada de Construcción Sustentable que tuvo lugar en el auditorio del Archivo General de la Nación. “Expliquen lo que hacen con el acero”, fue el pedido de Gerdau a Gin-

din, según confió el directivo a ON24. Y agregó: “En Barranquitas -provincia de Santa Fe- se construyeron 164 casas con nuestra estructura. El sistema reduce hasta un 40% los tiempos de ejecución de obra y hasta un 30% de reducción en los costos de construcción. El acero, es además compatible con todo tipo de material para el cerramiento, su flexibilidad otorga libertad a los arquitectos para el diseño y es menos agresivo al medio ambiente”. La idea del gobierno es avanzar con la construcción de viviendas en tierras del Estado financiadas por el sector privado. Según el subsecretario de Desarrollo Urbano y Vivienda, Iván Kerr, las construcciones sustentables del plan

piloto costarían cerca de 100 mil UVAs y sería una oportunidad para aquellos sectores que tengan ingresos menores a dos salarios mínimos. En la experiencia puntual de provincia de Buenos Aires, las 300 casas serán comercializadas a través del Plan Procrear con financiamiento privado y apoyo de una sociedad de garantía recíproca.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO



25% OFF!
DOMINGO
A VIERNES

ALOJAMIENTO⁽¹⁾
DESAYUNO BUFFET AMERICANO
CENA EN PIÚ! EXPRESS POR ADULTO⁽²⁾
ACCESO A MOI SPA⁽³⁾

ESTACIONAMIENTO CUBIERTO CON VALET

ACCESO A TERRAZA, TENIS, PADDLE Y FITNESS CENTER⁽⁴⁾
 CÓCTEL EN BARES CASINO POR ADULTO⁽⁵⁾
 ORDEN DE COMPRA POR \$250 EN CITY SHOP⁽⁶⁾
 \$200 EN XTRA CREDITS PARA DIVERTIRTE EN EL CASINO⁽⁷⁾

\$4.450*

- SÁBADO -

* PRECIO FINAL POR NOCHE
EN BASE DOBLE / CATEGORÍA CLASSIC

20% OFF!

TOMANDO 2 NOCHES CONSECUTIVAS
O 2 HABITACIONES LA MISMA NOCHE

(1) VIGENCIA DEL 2/04/19 AL 30/06/19. SUJETA A DISPONIBILIDAD. BASE DOBLE Y CATEGORÍA CLASSIC. CONSULTE ADICIONALES. (2) CENA EN PIÚ! EXPRESS POR ADULTO ALOJANDO (12 AÑOS EN ADELANTE). INCLUYE 1 BEBIDA SIN ALCOHOL POR PERSONA. CONSULTE ADICIONALES POR MÁS PERSONAS. (3) ACCESO A MOI SPA COMPRENDE: SAUNA SECO, HAMAM, BUCNAS ESPECIALES, PISCINA CUBIERTA CLIMATIZADA. (4) INCLUYE CIRCUITO AERÓBICO, TENIS Y PÁDLE, FITNESS CENTER. (5) 1 CÓCTEL DESTACADO EN BARES DEL CASINO POR PERSONA ADULTA MAYOR A 18 AÑOS. ALOJADA CON ESTA PROMOCIÓN, PERO SU CANTO DEBERÁ PRESENTAR EN EL BAR DISPONIBLE. EL WORKER ENTREGADO AL INGRESO DE \$10 ES BOLA Y ELLEGR ALGUNAS DE LAS OPCIONES A CONSUMIR EN LA INFINITA BARRA. BARES DISPONIBLES: HARBUN, REAGRANDER Y CIRCUS, EN SUS RESPECTIVOS HORARIOS. (6) ORDEN DE COMPRA DE CITY SHOP VÁLIDA PARA TODOS LOS PRODUCTOS EXCEPTO AQUILLOS DE KIOSKO. SI EL VALOR DE LOS PRODUCTOS DE INTERÉS ES MENOR A \$250, EL SALDO RESANANTE NO ES CANCELABLE POR DINERO EN EFECTIVO. SI EL VALOR DE LOS PRODUCTOS ES MAYOR A \$200, PUEDE ABONAR LA DIFERENCIAL. (7) \$200 DE OBSEQUIO EN XTRA CREDITS POR ESTADIA (POR HABITACIÓN, NO POR PERSONA). CREDITOS NO CANCELABLES POR DINERO EN EFECTIVO O POR OTROS SERVICIOS DEL COMPLEJO. REQUIERE AFILIACIÓN PREVIA A NUESTRO CLUB DE FIDELIZACIÓN WIN Y PRESENTACIÓN DEL DEL.



Un negocio con todo para despegar

Pág. 46

Cuidar la producción más allá del lote

Pág. 50

La política triguera y el posicionamiento de la marca Trigo Argentino

Pág. 52



LEGUMBRES // Por Gaspar Gutiérrez

UN NEGOCIO CON TODO PARA DESPEGAR

ARGENTINA TIENE EXCELENTES CONDICIONES PARA CRECER Y GANAR MERCADOS SIN RESIGNAR ÁREA DE SOJA O MAÍZ. SIN EMBARGO, HAY TAREAS PENDIENTES

donweb by web.com

Creamos tu **Sitio Web** en **sólo 5 días**

Con calidad
profesional y a un
precio increíble.



11 2527-2555

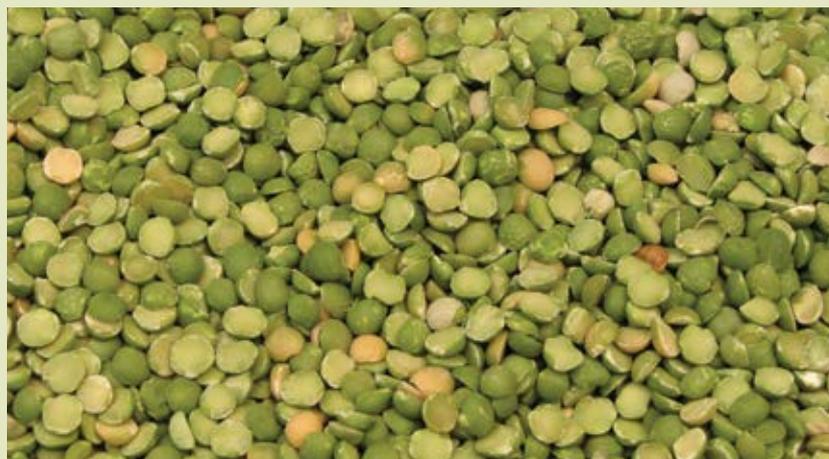
www.donweb.com

Por recomendación de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura cada año se celebra el Día Mundial de las Legumbres en febrero, con el objetivo de concientizar a la sociedad sobre lo importante que son estos comestibles para la seguridad alimentaria mundial.

Por medio de esta celebración se busca también potenciar la investigación, promover la producción e incentivar el consumo de estos “superalimentos”, que se los reconozca por los grandes beneficios que tienen para las personas y el planeta.

Ya desde el 2016, con la declaración del Año Internacional de las Legumbres, se intenta fomentar a nivel mundial la importancia de los cultivos leguminosos como lentejas, garbanzos y porotos que son, sin dudas, elementos fundamentales de las canastas de compras de los consumidores de todo el mundo.

Según datos del Ministerio de Agroindustria de la Nación, actualmente en nuestro país la cadena agroindustrial de legumbres se compone de diversos actores, donde se destacan el productor agrícola y la industria de clasificación a partir del cual se definen distintos destinos: exportación como grano seco, transformación en harina, transformación en conserva u otros procesamientos agroindustriales.



Lo que diferencia a las legumbres de otros granos, es la significativa importancia que tiene la etapa de selección dentro de toda la cadena; el aspecto, color y tamaño son atributos valorados por el mercado para la comercialización, ya que el mayor porcentaje de éstas se consumen sin transformación.

Mercado argentino de legumbres
De acuerdo a los datos relevados por la Subsecretaría de Alimentos y Bebidas del Ministerio de Agroindustria de la Nación, Argentina es el sexto exportador mundial y comercializa el 97% de su producción.

Durante 2017, nuestro país exportó 613.376 toneladas por un valor total de U\$S 517.262.628; destacándose el poroto que representó el 60,5% en valor y 59,1% en volumen respecto al total de legumbres secas exportadas; seguido del garbanzo con el 33,6% en valor total exportado respecto a estos productos analizados, cuyo principal destino fue Turquía con el 20,4% de participación en valor respecto del total de países destino de nuestras exportaciones de garbanzo.

Cabe resaltar también que nuestro país es el principal productor de arvejas de Sudamérica, las cuales se destinan fundamentalmente a Brasil, país que es el principal receptor de legumbres secas en general, con una participación de un 19,3% del total exportado de legumbres secas en 2017. Le

sigue en importancia Turquía (14,0%) Paquistán (7,6%) e Italia (7,4%), entre otros (99 países).

Campaña en ciernes

Con una “Niña” que ha dejado secuelas, no es fácil definir cómo vendrá la siembra de legumbres, ya que depende mucho del resultado de la campaña gruesa, que tuvo serias complicaciones, de las recargas de agua en los suelos y de los precios.

Si el otoño sigue llovedor y se recargan los perfiles, podrían caer las siembras de arvejas amarillas, básicamente por el menor precio respecto de las arvejas verdes. Por otro lado, se espera una muy buena producción de invierno en India y eso es un factor bajista.

Gabriel Prietto, experto del Inta, explicó para ON24 que las variedades de grano verde presentan una oportunidad por el mayor precio de mercado respecto de las variedades amarillas, de la mano de la reactivación de Brasil. “La otra especie que creo que va a incrementar la superficie es lenteja, especialmente en la zona de Rosario, siempre con un precio superior al de la arveja”, dijo el especialista.

Ventajas por partida doble

Las legumbres poseen grandes ventajas. Además de ser un alimento económico y accesible para millones de personas, también son una fuente esencial de vitaminas, minerales, proteínas y aminoácidos de origen vege-

ZONA FUERTE

La zona cercana a Rosario, específicamente el sudeste de Santa Fe (departamentos Constitución y Rosario) concentran el 80/90 % del área nacional de lenteja, mientras que arveja está más repartido a nivel nacional, compartiendo con el nordeste de Buenos Aires. Los partidos de San Nicolás, Ramallo, San Pedro y Arrecifes se llevan aproximadamente el 70 % del área total de arveja, tanto verdes como amarillas.

tal, por lo que son vitales para el mantenimiento de niveles nutricionales aceptables.

Asimismo las leguminosas tienen la propiedad de fijar nitrógeno del suelo, lo que contribuye a la fertilidad del mismo. Disminuyendo la huella de carbono y de agua causando un efecto positivo hacia el medio ambiente.

Además de ser consideradas una fuente de proteínas alternativa a la carne siempre que sean combinadas con cereales, son ricas en sustancias antioxidantes y aportan una gran cantidad de fibras solubles e insolubles, lo que ayuda al organismo en la regulación de los niveles de glucemia y colesterol.

Potencial

Gabriel Prietto, del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, consideró que Argentina tiene condiciones inmejorables para crecer signifi-

cativamente en arveja y lenteja. “Y lo lograríamos sin resignar área de soja o maíz”, apuntó entusiasmado.

De todas maneras, advirtió que partimos de una muy mala infraestructura de acopio, procesamiento y transporte. Para muestra sobra un botón: el flete de los contenedores de Rosario a Buenos Aires es más caro que el flete de Buenos Aires a India. Fuentes consultadas también señalaron algunas falencias del puerto local. Falta de movimiento y logística adecuada (disponibilidad de contenedores, accesos, higiene etc).

Para el caso de las legumbres, también sería necesario una ley de semillas adecuada a los tiempos que corren. En arveja verde y lenteja, estamos sembrando las mismas variedades desde hace 20 años. No hay genética. Las empresas no quieren traer nuevas variedades, porque el produc-

COSTO Y PRECIO

El costo total de arveja puede rondar entre los 400 a 450 usd/ha, y el de lenteja entre 500 y 550 usd/ha. El precio de la arveja verde factor 100 es de aproximadamente 180-185 usd/tn, mientras que el de arveja amarilla entre 120-130 usd/tn y el de lenteja es de 1000 a 1100 usd/tn.

quiere pagar.

Por último, habría que resolver el tema de la transparencia en la fijación del precio. Del precio FOB, el productor recibe el 50-60 %, mientras que en el caso de la soja, o del trigo recibe el 95 %. Esto se da por los altos costos de exportar en contenedores, con todo lo que ello significa.

on24

CONSUMO Y EXPORTACIÓN

El consumo local de arveja y lentejas es muy bajo, de menos de 200 gramos per capita de arveja o lenteja. Los destinos de exportación de arveja verde son Brasil, Unión Europea, y las de amarillas básicamente India y países de Oriente Medio.



— ESPACIO PUBLICITARIO

ON24 confía el mantenimiento y actualización de su plataforma tecnológica a

TecPOINT

INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS TI

Dir. Av. Ovidio Lagos 1679 / S2000QLJ Rosario - Santa Fe - Argentina
Tel. +54 341 5303370 / Fax. +54 341 5303379 / info@tecpoint.com.ar / www.tecpoint.com.ar

TAREA FINA // Por Gaspar Gutiérrez



CUIDAR LA PRODUCCIÓN MÁS ALLÁ DEL LOTE

LA IMPORTANCIA DE CUBRIRSE FRENTE A LA INESTABILIDAD ECONÓMICA, Y BUSCAR HERAMIENTAS PARA INVERTIR Y APROVECHAR LA BUENA RACHA DE LOS MERCADOS

“Uno de los mejores negocios del último semestre en el mercado argentino fueron los contratos futuros de trigo: generaron una rentabilidad brutal superior al 95% anual”, expresaron varios expertos en el mercado de commodities.

El 11 de enero el trigo julio marcó un piso de U\$S 170; actualmente tiene una cotización que ronda los U\$S 250, lo que implica una suba en dólares del 45% en cuatro meses. “A esto hay que agregarle la suba del 25% en el tipo cambio”, apuntó Fernando Botta, socio ge-

rente de Agrobrockers. Este incremento se debió a una combinación de factores: por un lado, un mercado internacional en suba desde enero luego de las complicaciones climáticas en Estados Unidos y Rusia, el cual marcó su máximo el 3 de mayo; por otro, la fuerte demanda brasileña, a partir de la protección que brinda el arancel externo común del Mercosur.

Otro ingrediente que propició la suba fue el vertiginoso salto del tipo de cambio. “Respecto al trigo nuevo, opino que lo peor que podemos hacer es no

hacer nada, por dos razones, la primera es que el trigo es un commodity de muy alta volatilidad con lo cual es propenso a darnos sorpresas; por otro lado el área de siembra para la nueva campaña va a ser importante con la consecuente presión sobre los precios en el momento de cosecha”, indicó el analista consultado.

Sin embargo, a favor de la tendencia tenemos lo que pase con el clima en agosto y septiembre en el hemisferio sur. “Va a ser ajustado el final de la cosecha 2017/2018 y esto será una oportu-

tunidad para el trigo del norte argentino, pero también es cierto que la exportación tiene el 90% de los envíos ya cubiertos y que Brasil está buscando trigo fuera del Mercosur, posiblemente en Rusia”, afirmó.

Hacer negocio

Frente a la inestabilidad económica se impone cubrirse para ganar o al menos no perder. Es necesario delimitar claramente metas económicas para poder elegir y aprovechar las herramientas que ofrece el mercado. “Asegurar el precio del trigo enero con una venta de forward o futuros combinada con la compra de call es una estrategia simple pero muy útil, la cual definirá el resultado por hectárea de la nueva campaña de trigo, pero dejará la puerta abierta para una potencial suba si, llegado agosto, el clima nos juega una mala pasada”, explicó Botta. Para este experto, es interesante fijar el precio del trigo enero ahora, pero se

puede esperar uno o dos meses para comprar los Call y abaratar la prima pagada aunque, obviamente, estaríamos dos meses sin cobertura al alza. Por parte de la soja, indicó que asegurar todo el flujo de fondo en pesos que se tenga comprometido para el año es una muy buena opción, dado lo interesante de los valores en pesos de la soja para entrega en julio o noviembre. “No olvidar que hacia julio nos vamos a meter en el mercado climático americano lo que podría darle nuevos bríos a los precios de la soja si se complica el clima”, recordó el ingeniero agrónomo. Por último, tener en cuenta que además del trigo, todos los granos tuvieron buen recorrido, dada la combinación de subas en dólares y suba del tipo de cambio. Lo del trigo es sobresaliente, pero “si miras la soja tomando posición hoy sobre noviembre, desde enero a ese mes el cultivo mostraría una suba del 100%. Para hacerlo simple, en

Enero valía \$ 5000 y a noviembre se puede vender por sobre los \$10.000”.

Campaña

A días del inicio de la siembra de trigo, los expertos están viendo que la intención de siembra se está consolidando alrededor del 12-15%, pero convertir eso en siembra real va a depender mucho de lo que pase con el clima. Parece que lentamente se va acomodando. Respecto de los márgenes, Fernando Botta explicó que el trigo deja unos 370 dólares por hectárea de margen bruto (MB). Si se vende el tipo de cambio de enero a 30,5 pesos por dólar, el MB en pesos es de aproximadamente \$13.900 por hectárea; el rendimiento de indiferencia de unos 18 quintales. “Por supuesto no consideramos alquiler porque para ese análisis necesitaríamos sumarle los MB de la soja”, concluyó.

on24

ESPACIO PUBLICITARIO



CHICHARRA

asador a las brasas

PICHINCHA

Instagram: @chicharra_rosario

Facebook: chicharra.asador a las brasas

RESERVAS 0341 4353934



A TODO TRIGO: LA POLÍTICA TRIGUERA Y EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TRIGO ARGENTINO

En el marco de la 8ª edición del encuentro de la Federación de Acopiadores, representantes de ambos ámbitos intercambiaron ideas para fortalecer al rol de la Argentina en el mundo.

El secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Guillermo Bernaudo, puso el eje en algunos aspectos en los que el Estado está trabajando para generar nuevas oportunidades comerciales y mejorar la competitividad. Entre ellos, el incremento de agregados agrícolas en el exterior. Además, destacó la eliminación de trabas burocráticas como el Registro Fiscal de Operaciones de Granos. “Vamos hacia dos declaraciones juradas por año, a diferencia de las siete que tenemos ahora con ochenta datos que se repiten entre dos y once veces. Vamos a dejar de lado el actual sistema donde se considera culpable al productor, salvo que se demuestre lo contrario”, sintetizó.

El funcionario opinó que se deben alcanzar acuerdos entre los diferentes sectores para lograr la viabilidad social, económica y ambiental que se ne-

cesita para generar sostenibilidad: “Ya comprobamos que las leyes no sirven cuando son impuestas; deben generarse consensos”.

En ese sentido, Bernaudo resaltó que en pocos días se pondrá en práctica una norma que impulsará un mayor control en los molinos para combatir el trabajo en negro y las ventas ilegales, un reclamo en el que coinciden los principales actores del sector. “Queremos replicar lo que hicimos con la cadena de la carne, donde logramos un blanqueo superior al 90%”, afirmó. A su turno, David Hughes, de Argentrigo, destacó que en los últimos dos años se duplicaron los destinos de exportación, llegando a un total de 47 mercados. “Hoy tenemos un mercado transparente y que funciona. Ésa fue la mejor política que ha implementado este gobierno, dándonos señales de precios claras que nos permiten actuar en consecuencia, como lo estamos haciendo. Para seguir creciendo se necesita dar previsibilidad a los compradores, algo que no se había hecho en los últimos siete años. Tenemos una competencia tremenda en la zona del

Mar Negro, donde acaparan entre un 30 y 35% del comercio mundial. Rusia duplicó su producción en ocho años y superó las 70 millones de toneladas de trigo”.

Además, el dirigente aseveró que se deben intensificar los análisis varietales, algo que hoy no hace “casi nadie”. Para eso, evaluó que se debe reforzar el programa nacional de calidad de trigo que llevan adelante algunos semilleros junto a la Cámara Arbitral de Cereales de Bahía Blanca. “En esta iniciativa se prueban distintas fechas de siembra y fertilizaciones en varias regiones. En base a eso, cualquier asesor o productor puede acceder a los datos de cómo se comporta cada variedad. En un momento se hacían más de mil muestras y hoy se hacen 300 porque cuesta conseguir financiamiento”.

También consideró fundamental que los semilleros cobren regalías por el trabajo genético que realizan, algo que establecería la nueva Ley de Semillas: “El desarrollo genético es crucial para lograr mayor competitividad”.

CABLEVISION

FIBERTEL

Flow + **100**
MEGAS

CON

40 % OFF
POR 12 MESES

✿ **0810.122.0200** ✿

Cablevisión

Fibertel

PROMOCIÓN VÁLIDA PARA NUEVOS CLIENTES DESDE EL 01/03/2018 AL 30/04/2018 INCLUSIVE O HASTA AGOTAR STOCK DE 5000 MODEMS O 5000 DECODIFICADORES. LA PROMOCIÓN INCLUYE: CABLEVISIÓN FLOW Y FIBERTEL 100 MEGAS CON UN DESCUENTO DEL 40% A REALIZARSE SOBRE LOS PRODUCTOS EN CADA MES DE FACTURACIÓN DURANTE 12 MESES. PRECIO MARZO 2018 CON DESCUENTO \$1688 FINALES. COSTO DE INSTALACIÓN \$500, ADHIRIÉNDOSE AL DÉBITO AUTOMÁTICO BONIFICADO. DOWNSTREAM: HASTA 100 MBPS / UPSTREAM: HASTA 8 MBPS. FIBERTEL 100 MEGAS POSEE UNA CUOTA DE TRANSFERENCIA DE DATOS MENSUAL DE 350GB. EQUIPOS EN COMODATO. CONSULTAR LOCALIDADES DONDE APLICA LA PROMOCION, Y CONDICIONES DE CONTRATACION EN WWW.CABLEVISIONFIBERTEL.COM.AR PRODUCTOS SUJETOS A DISPONIBILIDAD TÉCNICA Y GEOGRÁFICA. TELECOM ARGENTINA S.A., ALICIA MOREAU DE JUSTO 50, CABA. CUIT: 30-63945373-8.

AUTOS

Pesado Castro presentó el nuevo Maserati en Rosario

Pesado Castro Dealer oficializó ayer el lanzamiento del Maserati Levante en Rosario, en un evento ce-



lebrado a las 19:30 en Salta 1355. La concesionaria se quedó con la representación de la marca y exhibió la exclusiva SUV Levante 2018 Q4 con motor 3.0 biturbo; llega importada de color blanca y tiene como competencia directa otra alta gama vendida en Rosario: Porsche Cayenne.

“Es la última novedad que ha salido de esta impresionante fábrica, presentada en el salón de París el año pasado y en el de Berlín en febrero”, afirmó Jorge Pesado Castro.

Además aclaró que competiría en el segmento de alta gama con un tipo de producto que “no había ninguna posibilidad de conseguir en Rosario”. Optimista, comentó: “Tiene 400 caballos de fuerza y todo está acompasado con esa potencia. Además la terminación que tiene, los cueros, tableros, tapizados, etc. Maserati es un producto que viene por debajo de Ferrari, pero por encima de todo lo demás”.

¿Qué hizo Chevromax con los precios?

Los movimientos del dólar registrados en los últimos días meten presión en la industria automotriz. Mientras todos buscan un equilibrio de precios que permita cerrar las ecuaciones, desde la concesionaria rosarina Chevromax apuntaron que hubo un reacomodamiento de los valores, pero por debajo del deslizamiento de la divisa.

Según apuntó el gerente comercial de la compañía, Alejandro Farragut, a ON24, “los precios se acomodaron un poco en función de la cotización del dólar”, pero el aumento no es uniforme. Y amplió, “las listas no siguieron el ritmo del dólar, algunos modelos tuvieron aumentos y otros no”. Entre los modelos que subieron, se encuentran

el Onix, Prisma y Cruze, en el orden del 1,5%, mientras que la S10 no varió.

“Por lo que veo todas las terminales han variado los precios esta semana, y calculo que quedarán ubicados en los estándares actuales, que en promedio son del 1,5% más de lo que estaba previsto para el mes de mayo”, indicó Farragut.



NUEVA UNIDAD

Transatlántica sumó operaciones con moneda digital a sus servicios

Grupo Transatlántica incorporó su nueva unidad de servicio, TSA Digital Coins, destinada a brindar soluciones en el mercado de inversiones en moneda virtual. La incursión en los Bitcoins será un agregado más para la firma que ya cuenta con cuarenta años de experiencia en el mercado cambiario.

Al servicio de operación, TSA sumó además el acompañamiento y asesoría constante para sus clientes, de tal forma que cualquier interesado pueda acceder. La unidad que quedó habilitada la semana pasada fue pensada como una reinversión del grupo que afirma intentar adaptarse velozmente a los cambios.

TSA Digital Coins ya abrió un sitio web exclusivo donde los interesados pueden acceder a toda la información de contacto y resolver algunas dudas frecuentes. En Bitcoin.org se muestra un video explicativo acerca de la célebre criptomoneda.



ALIANZA

Unirán fuerzas para potenciar sus marcas

Acrofit Club, el centro de entrenamiento ubicado en calle Salta 1649, y Reversiva, fabricante local de ropa deportiva, concretaron un acuerdo comercial para el desarrollo de ambas marcas. La firma de indumentaria compartirá instalaciones con su flamante aliado y abrirá allí su primer local, en el cual ofrecerá sus diseños y algunas prendas exclusivas con motivos del gimnasio.



BARES

Abrió Bow, el bar del complejo Alto Buró

Desarrollado en dos plantas y con más de 400 m², abrió ayer Alto Buró BOW – Café, Bar & Bistró. Se trata de un emprendimiento de capitales rosarinos, que cuenta con el respaldo de la cadena internacional Wyndham Hotels, que inauguró su Hotel Dazzler en el mismo predio, culminando el ciclo de la saga Condominios del Alto III, en Junín y Thedy, Puerto Norte.

El bar cuenta con barra de coctelería, sector al aire libre, cerveza tirada y un novedoso wine bar con 8 etiquetas de diferentes vinos, que irán cambiando de forma bimestral para mantener una propuesta dinámica. Además, dispondrá de happy hour de vinos únicos en la ciudad, acompañados por la coctelería y cervezas del lugar.



AEROPUERTO

El Islas Malvinas duplicó su capacidad de estacionamiento de naves

El viernes 11 de mayo al mediodía el Aeropuerto Islas Malvinas inaugurará, tras siete meses de obras, su nueva plataforma de estacionamiento para aviones. Los trabajos realizados en la terminal rosarina contemplaron la demolición total de las losas anteriores y su posterior reconstrucción, ampliando la superficie disponible a más del doble. Al acto inaugural asistieron el gobernador santafesino Miguel Lifschitz y la intendente rosarina Mónica Fein.

Luego de las obras efectuadas, el aeropuerto logró una capacidad de 8 naves estacionadas. La empresa adjudicataria, encabezada por Obring y Helpport, debió encarar la deconstrucción de los 32.000 m² de la base anterior, para extenderse hacia el norte y hacia



el oeste, alcanzando 69.000 m².

Desde el Malvinas Argentinas también comentaron la importancia de haber reacondicionado las calles de rodaje que vinculan la plataforma con la pista, llamadas respectivamente Alpha y Bravo. Se instaló además un nuevo sistema de balizamiento.

SODA STEREO

Sép7imo día llegará de la mano de All Press

Luego del éxito de Amaluna en Rosario, una productora local traerá al Cirque du Soleil en agosto. Sin embargo no será cualquier show, se trata de la gira despedida de Sép7imo Día, el espectáculo que rinde culto a la banda Soda Stéreo. En voz baja se supo que será el productor local, Gustavo Gra-

nato, quien se encargará de los detalles de la organización del show en la ciudad. Es titular de la productora All Press y en los últimos años ha tomado gran relevancia por la magnitud de shows que ha llevado adelante como Quilmes Rock Rosario, Maluma en Metropolitano, entre otros.





UNA NOCHE BARbara

El Gondolazo, el programa padrinos y la segunda etapa de construcción del depósito son los grandes objetivos de BAR para lo que resta del año. Fueron anunciados por su presidenta Nadia Nazer en la cena anual realizada en Metropolitano que congregó a más de 1000 personas, referentes empresariales, políticos y de la sociedad rosarina.



GO KINESIOLOGIA

La red de centros de kinesiología de Grupo Oroño, GO Kinesio, incorporó una nueva sede en Fisherton, con una amplia gama de tratamientos. El titular de Grupo Oroño, Roberto Villavicencio, dio un discurso en la inauguración que contó entre otras con la presencia del Padre Ignacio.



EL FORO REGIONAL ROSARIO ORGANIZÓ SU CENA ANUAL CON BULLRICH, LIFSCHITZ Y SIRVÉN

En el evento de la entidad liderada por Carlos Cristini, estuvo presente el Gobernador Miguel Lifschitz y tuvo como oradores centrales, a la ministro de Seguridad Patricia Bullrich y al periodista del diario La Nación, Pablo Sirvén.



ON24

Desde hace 11 años,
buena información
para buenos negocios.

www.on24.com.ar

 @portalON24

 portalON24

 @portal_on24

Rosario

TE ESCUCHA



"Yo me anoté por medio de la página de internet, me llamaron y al mes estaba trabajando. Recomiendo siempre buscar en esos lugares"

Rubén



"Hice los cursos de capacitación por medio de la Municipalidad, totalmente gratuitos. Hice el curso de refrigeración en heladeras y ahora estoy trabajando de eso. Fue muy bueno porque tengo 44 años, no tengo secundaria y esta fue una oportunidad para una salida laboral"

Claudio



"En Veneto comenzamos a contratar personas con capacidades diferentes. Hoy trabajan tres, estamos muy orgullosos de ellos y vamos por más"

Mabel

**Servicio público y gratuito de capacitación
y búsqueda de empleo**
Políticas públicas de inclusión laboral

> PRÉSTAMOS PERSONALES

Estás a un click
de hasta \$500.000^(*)

Solicitalo en:



Home
Banking



Mobile
Banking



Cajeros
Automáticos

 **Banco Santa Fe**

bancosantafe.com.ar

(*) SUJETO A NORMATIVA INTERNA VIGENTE Y CALIFICACIÓN CREDITICIA DEL SOLICITANTE.



AIR-KING

Este tributo a la era dorada de la aviación, la década de los 30, incorpora una escala de minutos en primer plano para facilitar los cálculos de navegación. No solo marca el tiempo. Marca su época.



OYSTER PERPETUAL AIR-KING

