

ON24

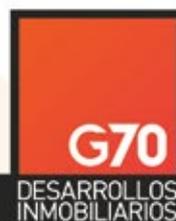
DEL RECHAZO A LA ADMIRACIÓN:

PICHINCHA

un barrio en cambio permanente

Cumplimos con la entrega a tiempo de nuestros proyectos.

En G70 prestamos especial atención a cada detalle de lo que hacemos para cumplir con los plazos establecidos y con la calidad y el diseño que nos distinguen. Trabajamos día a día para capitalizar lo más preciado que tienen nuestros clientes: La confianza que depositan en nosotros.





PROAGRO

Laboratorio Veterinario



Calidad certificada en salud animal.

www.proagrolab.com.ar

04

EDITORIAL

2019. ¿Qué más se puede decir?

06

OPINIÓN

El cheque está en el correo

08

NOTA DE TAPA

Del rechazo a la admiración:
Pichincha, un barrio en
cambio permanente



22

URBANISMO

Arquitectura para la
ciudad del futuro



28

URBANISMO

Vendió 12% más que 2017
y tuvo diciembre record

30

NEGOCIOS

El negocio de correr

32

AGRO

Un problema que fue oportunidad



ON24



 portalON24

 @portalON24

 @portal_on24

www.on24.com.ar

Revista N° 139
Enero 2019

DIRECCIÓN PERIODÍSTICA

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

REDACCIÓN

Nicolás Aramendi
n.aramendi@on24.com.ar
Mariano Fortuna
m.fortuna@on24.com.ar
Emmanuel Paz
e.paz@on24.com.ar

DIRECCIÓN COMERCIAL

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

DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA

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

DISEÑO Y ARTE DE TAPA

Georgina Varela
dggv@outlook.com

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 Librement SA.
Propiedad de Librement 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

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
¡ a Berkley Company

Berkley Argentina ART
¡ a Berkley Company

Berkley Argentina Re
¡ a Berkley Company

Berkley Colombia Seguros
¡ a Berkley Company

Berkley Brasil Seguros
¡ a Berkley Company

Berkley Uruguay Seguros
¡ a Berkley Company

Berkley México Seguros
¡ a Berkley Company

Berkley México Fianzas
¡ a Berkley Company

Berkley International Puerto Rico
¡ a Berkley Company

Berkley Latam & Caribbean
¡ a Berkley Company



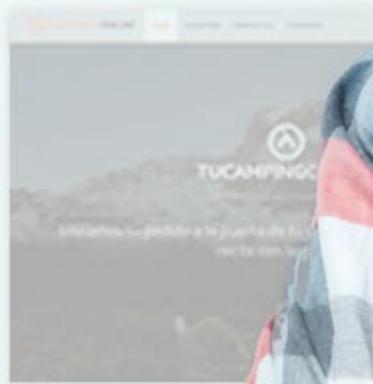
2019. ¿QUÉ MÁS SE PUEDE DECIR?

Lo anunciamos durante todo el año pasado, estimado lector. Lo dijimos. Le avisamos con tiempo suficiente. Que 2019 ya se venía, que faltaba poquito, que cuando menos se lo esperara iba a arrancar. Y que no iba a ser un año igual que los demás. Es que este año es año de elecciones. Elecciones nacionales. Elecciones provinciales. Elecciones municipales. #AñoDeElecciones. Y también le avisábamos que las campañas ya se habían iniciado mucho antes de que lo hicieran oficialmente. Muchos nombres se repiten, algunos cambian, mas el panorama sigue siendo el mismo. La política ocupada en sus juegos de tronos mientras los grandes problemas no se resuelven. Y esa es la preocupación que manifestamos siempre desde la Redacción de ON24. Que el árbol no nos tape el bosque, que lo urgente no nos haga perder el foco de lo importante. Que las elecciones no nos hagan perder un año entero en pos de resolver los acuciantes problemas que aquejan a la Argentina. Es cierto que nuestro país no se va a arreglar en un solo año, pero también es cierto que no estamos para andar desperdiciando demasiado el tiempo. Máxime cuando el mundo se sigue moviendo a velocidades inusitadas. Lo responsable será votar para que las cosas mejoren, votar a conciencia y con sentido. La mayoría de los economistas no prevén un año mucho mejor que el anterior. También son los mismos economistas que no predijeron lo desastroso que iba a ser el 2018 en muchos sentidos. Así que todavía hay esperanza. Esperanza de que los diagnósticos se equivoquen. De que haya una cosecha extraordinaria. De que los inversores se sigan animando a jugársela por la Argentina incluso con el vendaval. Ojalá que sí. Ojalá que 2019 sea un buen año.



LO HACEMOS POR TI

**Te conseguimos
más clientes**
haciendo crecer
tu negocio en
Internet.



Llámanos al 0810 345-0375
o escríbenos por WhatsApp al
11 2527-2555

www.donweb.com/porti

donweb by web.com



El cheque está en el correo

El cheque está en el correo. Por supuesto que te respetaré en la mañana. Soy del Gobierno y estoy aquí para ayudarte. Probablemente tres de las más grandes mentiras que se repiten constantemente a lo largo del tiempo. Esa tríada de frases me la recordaba en un congreso en Washington, D.C. la popular economista estadounidense Deirdre McCloskey, autora de la trilogía de “Las Virtudes Burguesas”. Y la idea me quedó resonando en la cabeza, con varios meses de distancia entre medio, para reaparecer a comienzos de este tumultuoso 2019 que nos espera por delante.

Tumultuoso porque, ya lo sabemos y no es novedad, que será un año eleccionario como pocos. Elecciones en todos los niveles y en prácticamente todos los distritos. La casta política se juega su estancia y permanencia en las lides electivas, y ninguno querrá soltar la balsa o la embarcación en la que se encuentra. Elecciones a nivel nacional, provincial y municipal. Elecciones con internas y sin internas. Elecciones con primarias abiertas y obligatorias o sin éstas. Elecciones para (casi) todos los gustos y colores. Aunque con muchos nombres que se repiten, esos a los que nos hemos tristemente acostumbrado con el pasar de los años.

Cada cuatro años se renueva la esperanza por un sujeto que termine ocupando la presidencia y cambiando a la Argentina para bien. Cada dos años votamos de nuevo porque Argentina es un país que está de elección en elección. También es un país que está de olvido y siempre gris, no me canso de decirlo. Es un país bastante particular: es de los pocos que siguen teniendo una inflación de dos dígitos, y del selecto grupo que parece no poder resolver ese problema. Inflación, devaluación, una democracia que parece querer entrar en la madurez sin terminar de hacerlo. Confundimos votar con ser democráticos, sin recordar que

la democracia es un quehacer diario, que se renueva con el accionar voluntario todos los días. ¿Quizá el error sea creer que una sola persona puede arreglar todo? Probablemente. Los mesías nunca resolvieron nada.

El porvenir provechoso y prodigioso está hecho de aquellos que se animan a escribir su propio destino. McCloskey también me comentaba las que habían sido sus dos películas favoritas en mucho tiempo: “Joy” y “The Founder”. No hace falta que cuente mucho más de ellas, sólo decir que recomiendo enfáticamente el visionado de ambas. En especial de la segunda, que retrata la vida de Ray Kroc, el fundador (si se le puede decir así) de la hamburguesería de los arcos dorados.

En ocasiones el cheque está realmente en el correo, y ya fue enviado. A veces es cierto que respetaremos al otro por la mañana. ¿Soy del Gobierno y estoy aquí para ayudarte? Esa ya no me la creo. Votemos con cuidado, votemos con atención.

Votemos porque es nuestro derecho y no porque es nuestra obligación. Se convirtió en una obligación, jurídicamente hablando, porque a los políticos les convenía forzarnos a votar. Votemos con conciencia y no a desgano. Pero no votemos solamente este año.

Votemos todos los días, de los años eleccionarios y de los años que no hay elecciones.

Porque elegir se elige todos los días

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



ON24

Desde hace 11 años,
buena información
para buenos negocios.

www.on24.com.ar

 @portalON24

 portalON24

 @portal_on24



DEL RECHAZO A LA ADMIRACIÓN:
PICHUNCHA
un barrio en cambio permanente



Durante más de un siglo, el célebre barrio Pichincha se ha visto signado por las transformaciones. Desde su estigmatización como zona prostibularia entre las dé-

cadadas del 10 y del 30, pasando por su transición a suburbio residencial, hasta su presente de explosión comercial, gastronómica e inmobiliaria

Pichincha fue, sin dudas, el destino preferido de los empresarios gastronómicos a lo largo del 2018. A raíz de la llegada de algunos pesos pesados del rubro y del desembarco de varios proyectos inmobiliarios, el emblemático barrio rosarino recibió un alud de emprendimientos, transformando su aspecto y su dinámica a un ritmo vertiginoso. El tramo de calle Jujuy que se extiende entre Oroño y Rodríguez se ha convertido en un verdadero corre-

dor, atiborrado de cervecerías y hamburgueserías, mesas en las veredas y guirnaldas de luces en cada esquina. Pichincha está en su auge comercial y parece encaminada a transformarse en un nuevo polo gastronómico y turístico, incluso desde el municipio han surgido algunas propuestas en pos de seguir potenciando la zona. Al margen de las obvias conflictividades que plantea el caso, proponemos meternos en la historia y presente de este barrio acostumbrado a las polé-

micas y a las transformaciones. Hace poco más de un año, Alejandro Bacigalupo, administrador de Mercado Pichincha, afirmaba que “grandes locales como Queen’s Boulevard y Rock & Feller’s ayudan al tráfico y a crecer a los que están alrededor”. La afirmación cobra sentido cuando uno se acerca a la esquina de Jujuy y Oroño, en la cual el frente del célebre R&F y el recientemente inaugurado Patagonia hacen de pórtico para el nuevo Soho que crece a ritmo frenético.

ESPACIO PUBLICITARIO

empresasaludable.com.ar

45 años LA SALUD EN PRIMER LUGAR

acá

Juan Cruz

está cubierto con Empresa Saludable

Cobertura Médica Integral + Cobertura de Seguros + Asesoramiento y Gestión Compartida

ES | CUIDAMOS SU CAPITAL HUMANO

Empresa Saludable es un producto desarrollado para cubrir las necesidades médicas de las empresas, combinando la mejor cobertura con servicios de seguros, más asesoramiento y gestión compartida con el área de recursos humanos.

0810 222 SALUD (72583)



AcaSalud
COBERTURA MÉDICA INTEGRAL



Detrás de ellos se extiende por cuatro cuadras un incipiente corredor gastronómico, con su estética marcada que comienza poco a poco a adueñarse de las postales del lugar. Paredes decoradas con motivos de grafiti, tonalidades de madera, galpones readaptados y la exposición siempre en la parte frontal de las canillas de cerveza artesanal son ahora la cara de Pichincha. Los nuevos locales han

venido a sumarse a los más antiguos imponiendo un nuevo código estético, el cual se caracteriza por ser descontracturado y jovial. Las mesas comunitarias ya son un clásico, así como los mobiliarios rústicos y los ambientes abiertos.

Por otra parte, el boom de la zona viene acompañado de algunos cambios en la forma de consumir. La cercanía entre bares, su disposición y sus

ambientes relajados invitan a pasear entre una barra y otra, degustando un poco de lo que cada uno tiene para ofrecer. Al avance de los empresarios gastronómicos, se suman además los desarrollos urbanísticos que añadirán metros de altura y terminarán de cambiarle la cara a una zona de construcciones bajas y frentes antiguos.

GANGRENA Y LUDIBRIO

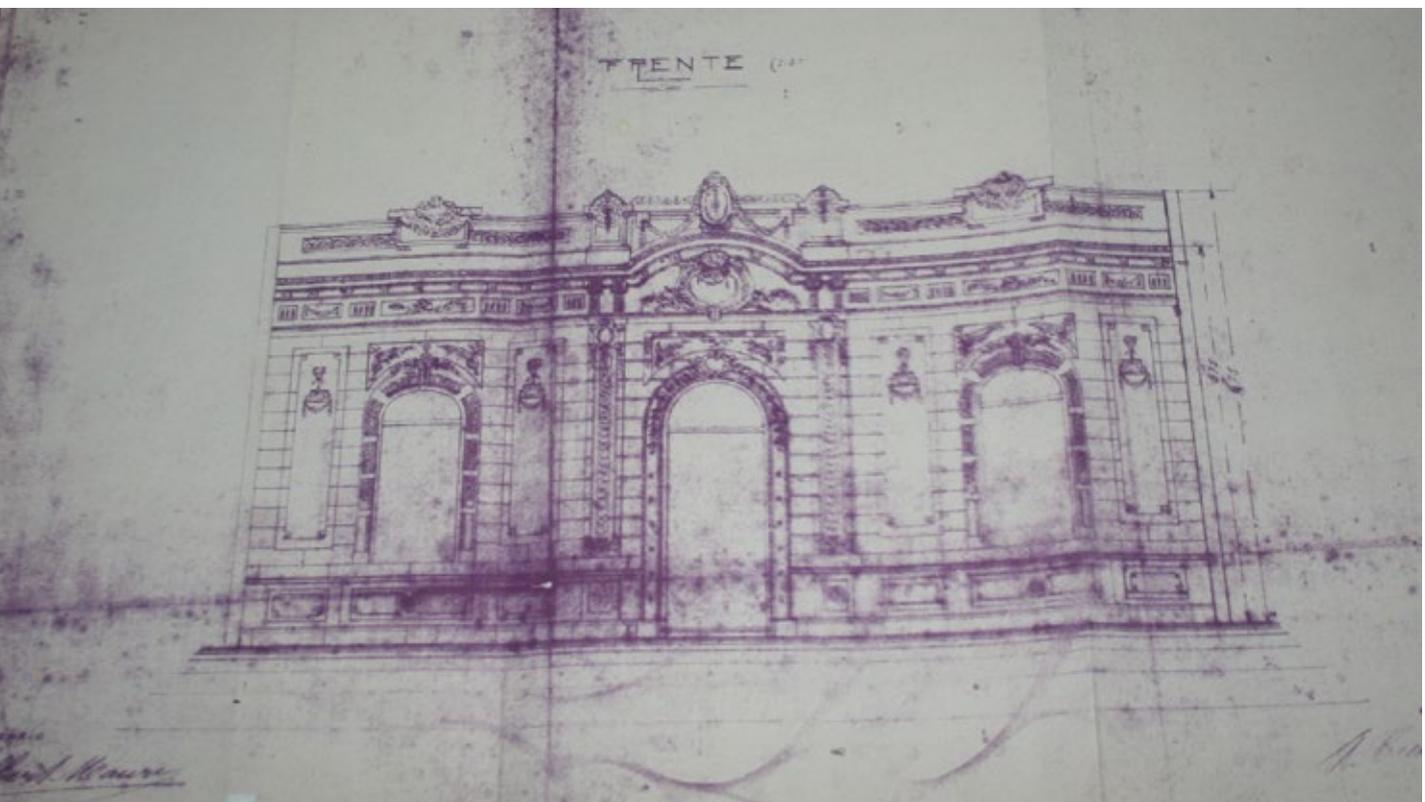
“El Rosario Gráfico del 16 de abril de 1932 decía que a Rosario no se lo conocía ni por su comercio, ni por su desarrollo industrial o cultural, ni por su puerto de ultramar, sino por Pichincha”. Con esa frase, comienza el informe redactado por la historiadora María Luisa Múgica, publicado en el libro “Los desafíos de la Modernización - Rosario 1890 - 1930”. A lo que hacía referencia aquella ci-

ta es a la característica más saliente que tenía la zona de la ciudad por aquel entonces, el tratarse de una zona prostibularia.

En 1911, el entonces intendente municipal Felipe Goulú firmó el decreto que fijaba los radios para la instalación legal de las llamadas, en la época, “casas de tolerancia”. Recién en 1914 éstas terminaron de trasladarse al área aprobada por el municipio, la cual quedaba comprendida por las calles Salta, Suipacha, Pichincha y el límite con el Ferrocarril Central Argentino.

El amparo legal del municipio para estos establecimientos se extendió hasta 1932, cuando se decretó una nueva ley abolicionista.

“Barrio Alegre, ‘gangrena y ludibrio’, orilla del pecado, barrio con símbolos y signos que aludían indefectiblemente a la existencia de las casas de tolerancia, a la sexualidad, en el que la música, el consumo de alcohol, la venta de estupefacientes, la exhibición de mujeres en puertas o balcones o en las calles ligeras de ropas o prácticamente sin ellas, el tipo de lenguaje calificado de





arquitectura del lugar y en las fachadas de ciertas construcciones como “El Paraíso”, curiosamente perpetuado en la memoria colectiva como “Madame Sapho”, sobrenombre de una de sus madamas (Pichincha 68 bis), Café royal (Suipacha 150) y el Internacional (Jujuy 2937). Lo que también sobrevivió al paso del tiempo es la polémica acerca de cuál debe ser la identidad del barrio.

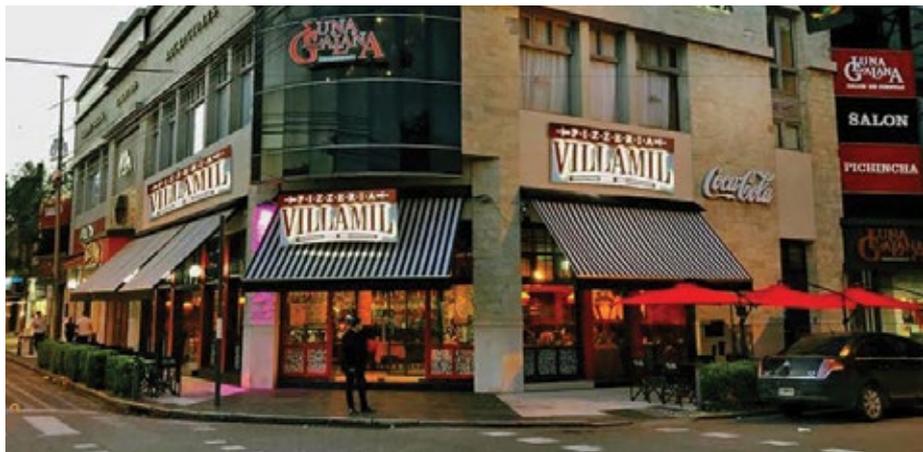
PICHINCHA VA A SEGUIR CRECIENDO!

La respuesta se repite aunque las voces cambian. Hablando con algunos de los principales protagonistas de este nuevo boom, todos coinciden en que la zona no ha tocado su techo y que será un lugar por excelencia para las próximas inversiones. La cervecería, es cierto, tiene el papel protagonista, pero el barrio recibió además desarrollos inmobiliarios importantes, como Torres Mirador, inaugurado recientemente, y Costavía, todavía en construcción. Conforme detallaron desde Mercado Pichincha, sólo en 2018 hubo unos veinte comercios que se transformaron en bares y reinauguraron, y unos siete nuevos. “Estudiamos otras ubicaciones, pero hoy en Pichincha y sobre todo en la cuadra donde estamos (Jujuy 2286) se concentra la mejor propuesta cervecera de la ciudad y es donde queremos competir, estando a la altura de los mejores”, afirman desde Anker Beer, inaugurado en noviembre del 2018. El bar que ofrece varias marcas de cerveza artesanal reabrió su concepto, anteriormente emplazado en Forum Puerto Norte, en el inmueble donde hasta hace poco tiempo funcionó Malala. Con nuevos inversores, afirman que el formato les permite establecer un concepto sin las limitaciones de una franquicia. Peñón del Águila (Alvear 105) fue otro de los grandes lanzamientos de este

año. La franquicia cordobesa trajo su reconocida marca que hoy ocupa el segundo lugar a nivel nacional en litros vendidos y su estética tradicional. Grafiti, madera y un servicio distendido que combina pedidos directos en la barra con atención en las mesas, están a la orden del día en la esquina de Alvear y Jujuy. “La marca propone un layout y un dossier sobre cómo debe ser la estética, aunque nosotros siempre buscamos darle un toque”, destacó Martín Ridolfo, su titular.

En Güemes 2520, un poco más alejado del núcleo, Porter Pichincha reformó un galpón para instalar un local con capacidad para 350 personas en el que ofrece más de veinte canillas con distintas marcas de cerveza. Agustín Fagotto, titular del bar, dijo que se hace un fuerte énfasis en la gastronomía, ofreciendo un producto de calidad con alta profesionalización.

Estos tres ejemplos se suman a otros tantos que han llegado en tropel al antiguo Barrio Noroeste. También en este año inauguró Food Park, un patio de food trucks frente a Temple (ex O´Connell´s, en Jujuy y Oroño); los hermanos Mac (Dino, Gaspar y Gregorio) abrieron su propio espacio de coworking y bar en Alvear al 100. A estos se suma otro emprendimiento como Crowland, en Güemes y Ricchieri, una propuesta original basada en la recarga de growlers y latas de cerveza artesanal. También se añade a la lista Pizzería La Gran Argentina, perteneciente a Grupo CH (Chinchibira, Churrasquería, Churrasquito y Birra), abrió sus puertas en diciembre en Francia 199, esquina Salta. La esquina de Oroño y Jujuy, frente a Rock & Feller´s ahora es el nuevo bar de Patagonia (quinto de la marca en la ciudad). A la postre, dos heladerías artesanales se han sumado a la tendencia; se trata de Gianduia que se estableció en la esquina de Salta y Oroño y ya contaba con otra boca de venta en Salta 2412, y de Renato que explota la esquina de Jujuy y Alvear con sus “ice cream rolls”.



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



Con todo esto, los empresarios y especialistas coinciden en que no se ha tocado un techo todavía y que la zona continuará atrayendo comercios, incluso, de otras ramas. Si bien el tramo de calle Jujuy que se extiende entre Oroño y Santiago se ha convertido en la “zona núcleo”, Germán Bruner,

representante de Mercado Pichincha, afirma que “la intención no es centralizar la oferta, sino distribuirla en el barrio que llega hasta Avenida Francia”. Según argumentó: “La concentración trae sucesos indeseables como previas en las calles. Queremos mantener el público familiar que

tenemos y que no haya caos”. En este cambio de cara, el comercio ha tomado claramente la delantera, pero hay varios desarrollos inmobiliarios que jugarán un papel clave en el crecimiento de la zona.

MIRA HACIA ARRIBA

Gran parte de la explosión comercial de Pichincha tiene que ver con los nuevos emprendimientos urbanísticos que allí se están desarrollando. Inversiones de gran importancia y volumen como los ya mencionados Costavía y Torre Mirador ya juegan un papel fundamental a la hora de pensar el barrio a futuro.

“El crecimiento de Pichincha es un derrame de la demanda del macrocentro”, definió Pablo Gagliardo, quien junto a su padre, Rubén, y su hermano, Franco, dirige Grupo Obring, al frente del megadesarrollo Costavía. En una entrevista publicada en el número de agosto de nuestra edición impresa, el empresario destacaba que la gente seguía eligiendo vivir en el



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



ESPACIO PUBLICITARIO

fexa.com

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: atencionalcliente@fexa.com.ar
Dpto Comercial: ventas@fexa.com.ar
Diseño y Desarrollo: diseño@fexa.com.ar





centro rosarino y que el oeste era una de las zonas más demandadas.

Por su parte, Fernando Pascual, titular de Pascual Construcciones junto a su hermano, Gonzalo, declaró en una nota publicada en nuestra web el 20 de diciembre: “Pichincha siempre fue quedando relegado, pero de a poco se fueron cayendo los tapias y los tugurios que existían en esta zona. Somos la cabeza de lanza y creo que en poco tiempo esta zona explota, simplemente faltaba que el real estate ponga un pie en esta intersección de Avenida del Valle y Rivadavia”.

Ambos desembarcaron el barrio con dos conceptos que convivirán con los frentes de casas y edificios antiguos. Costavía es un desarrollo de 50.000 m2 emplazado en Av Rivadavia esquina Rodríguez. Una inversión de 100 millones de dólares que contempla 3 torres de viviendas y un bloque de oficinas que se inician a partir del primer piso, dejando en la planta baja, un espacio público con locales comerciales y calles que unirán Rivadavia con Güemes, generando un nuevo paseo peatonal. Su conclusión se prevé dentro de cuatro años.

Será “un pedazo de ciudad dentro de una ciudad, con viviendas, oficinas y locales comerciales”, conceptualizó Gagliardo. Mientras que en los niveles altos habrá vistas de la ciudad y del río, la planta baja concentrará

componentes propios del espacio público. “Es un espacio con multiplicidad de usos, donde todos se sirven del otro. Las oficinas mantienen la demanda de los locales, mientras que el que vive allí tendrá una farmacia a mano o una variedad de servicios profesionales a disposición. Todo encaja”, explicó.

Torre Mirador fue lanzado comercialmente el 19 de diciembre. La obra de Pascual Construcciones ubicada en Avenida del Valle 2799 marca el límite entre Pichincha y Puerto Norte. Cuenta con 17 unidades en las cuales todos los dormitorios son en suite con vestidor; las de dos dormitorios tienen una superficie de 150 m2, los pisos exclusivos de tres dormitorios, 250 m2 o 200 m2. Además, se realizará una apuesta por el diseño y el equipamiento tecnológico personalizado de cada departamento; esto incluye desde pantallas inteligentes hasta sistema de audio y de domótica (sistema que permite automatizar una vivienda), los cuales correrán por cuenta de Barsante Diseño y Ocio Almacén Digital respectivamente.

Según destacaron los Pascual, su difunto padre “fue un visionario en cuanto a la expansión de la ciudad hacia el noroeste”. “Elegió este terreno cuando la zona todavía estaba bastante deteriorada. Estar en este momento aquí parados para nosotros es un

ESPACIO PUBLICITARIO

**ASESORAMOS,
PROYECTAMOS
Y EQUIPAMOS**
GIMNASIOS
En emprendimientos inmobiliarios
de alta y media gama.

Pte. Roca 2176 - Rosario
www.gmpequipamientos.com.ar

GMP



orgullo y un homenaje a nuestro padre”, contó Fernando.

Las nuevas torres cambiarán en buena medida el paisaje de un barrio poco acostumbrado a mirar hacia arriba. Del mismo modo, los gastronómicos ya modificaron el aspecto de las calles y paredes. Pero no sólo saldrá distinto en las fotos, Pichincha también cambió su hora de dormir y su dieta.

PICHINCHEAMOS?

Hamburguesas, tapeos, frituras y mucha cerveza. La dieta de Pichincha parece haber cambiado totalmente con su renovación, así como sus hábitos nocturnos. El movimiento relacionado a las discotecas bailables ya fue desplazado casi en su totalidad por el ritmo más tranquilo de los bares. Por su parte, los nuevos empresarios hablan de una dinámica diferente a la tradicional, que consiste en caminar las veredas y consumir poco en varios lugares por noche.

Martín Ridolfo, gerente de Peñón del Águila, comentó: “Uno de los puntos claves que tiene esta zona es saber que se puede caminar. La gente se encuentra acá y va tomando cervezas en distintos lugares. El barrio es una salida en sí mismo”. Mientras tanto, Agustín Fagotto, titular de Porter Pichincha, señaló: “El centro quedó colapsado y ahora empezamos a ocupar hacia Francia. Creo que Pichincha todavía tiene mucho para explotar, es una zona muy linda y nosotros desde los negocios gastronómicos le estamos dando muchísima vida”.

La alta circulación de gente y la constante retroalimentación que se da entre los distintos locales incentivan la competencia por ofrecer mejores productos y servicios. Las estrategias de gestión y los modelos de negocios también se han visto alterados. “Quizá ya no sobrevive más el grupo de amigos con ganas de poner un bar, sino que



necesitan un gerenciamiento, un plan de negocios y una estructura de costos. Se hizo más competitivo y los que no hacen eso no duran mucho”, sostuvo Alejandro Bacigalupo, representante de la Asociación Mercado Pichincha, en una nota publicada el 13 de septiembre de 2018. Del mismo modo, subrayó el crecimiento de la oferta gastronómica en reemplazo de los boliches bailables, que se encontraban en mayor número hace algunos años. Por su parte, Germán Bruner, perteneciente a la misma organización, afirmó que “la movida tanto diurna como nocturna que han traído estos comercios hace bien a la seguridad”. Bruner relató: “Yo me acuerdo de lo que era este barrio hace diez años, un lugar oscuro y peligroso por momentos, creo que es importante

que la familia y la gente ande por la calle porque brinda seguridad”. Lo cierto es que el barrio ya no es el mismo y difícilmente retroceda hacia lo que era hace algunos años. Será un año en el que la Municipalidad tendrá mucho trabajo mediando por una sana convivencia entre los comerciantes y los vecinos, quienes demandan “mayor control” ante la revolución de la zona. Por otro lado, será un 2019 agitado para los empresarios. Bruner anticipó: “El mayor tema que tenemos es la rentabilidad que se redujo mucho. Sin embargo, Rosario nos sorprende día a día; cuando pensamos que hay suficientes cervecerías, siguen abriendo nuevas. Cuando hay tanta oferta, sólo sobreviven los mejores”.





ARQUITECTURA PARA LA CIUDAD DEL FUTURO

ARQUITECTURA DE AUTOR Y MERCADO INMOBILIARIO CONVIVEN EN UN NUEVO
ICONO DE LA CIUDAD



El arquitecto Pablo Gagliardo, de la empresa OBRING S.A, llevó adelante la dirección de este proyecto que fue reconocido no solo por los rosarinos, si no internacionalmente.

El 2018 volvió a colocar a Rosario en el mapa de las ciudades del mundo con nuevos ejemplos de construcción. Muchos críticos de arquitectura mundial escriben sobre este nuevo brutalismo que revive en la ciudad.

Yenga de hormigón, como lo bautizaron los académicos, tiene visitas de distintas cátedras de facultades de arquitectura del país, ya que es un ícono entre los arquitectos a nivel mundial.

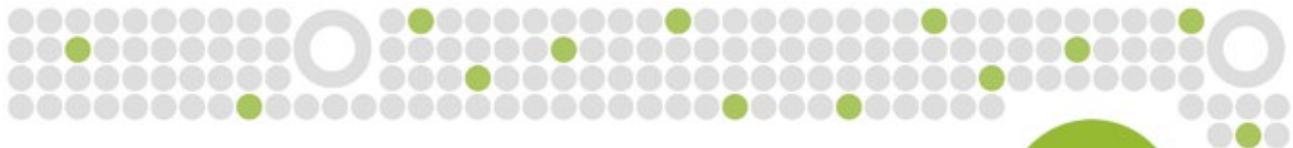
Situado en la esquina de las calles Pueyrredón y San Juan es más que un simple edificio, es todo lo que está bien para el diseño de la ciudad. El arquitecto creó una torre residencial que brinda apertura, dinamismo y continuidad espacial. La estructura lo es todo, tan simple y especial a la vez.

Los trece pisos del edificio desenfocan su silueta, y hacen que la torre se vea diferente de cada lado. Alterna balcones hacia adelante y hacia atrás dando una sensación de movimiento que crea un patrón de superposiciones inigualable.

El hall de entrada de doble altura, las ventanas que permiten la entrada de luz del día al interior, ya que van del



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



piso a techo, la vegetación que suaviza al hormigón visto desde afuera y la terraza de dos niveles con una piscina al aire libre, lo dejan lejos de ser un cubo de cemento oscuro.

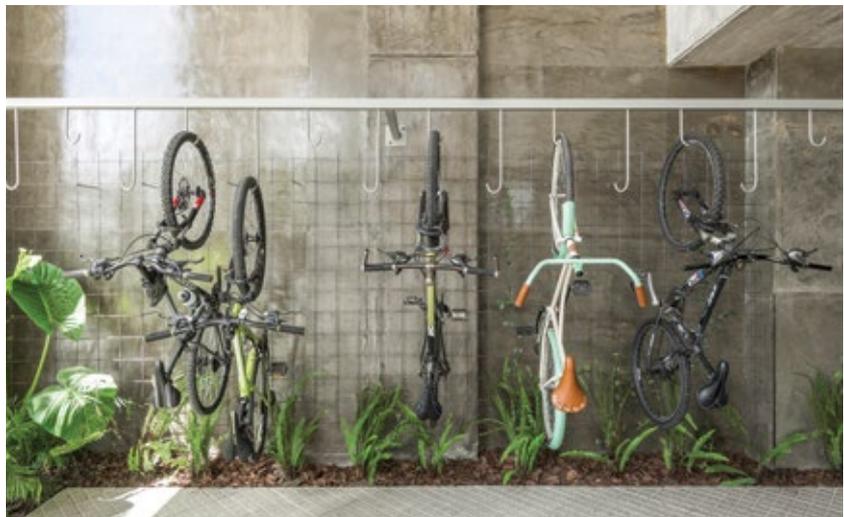
Cuenta con tres tipologías por piso: estudio, lofts y departamentos de un dormitorio, donde la premisa principal es la espacialidad y la continuidad de los interiores. Cada departamento cuenta con una amplia terraza con balcón, que conecta al interior mediante paredes corredizas de vidrio.

El edificio es parte de varias publicaciones tanto nacionales como internacionales. Fue tapa de revistas y re-

conocido entre las 20 obras más influyentes del mundo materializadas con el hormigón como protagonista, en el libro “Arquitectura Contemporánea en Hormigón” de Rómulo Moya Peralta y Evelia Peralta. Todo esto, siendo también parte del mercado inmobiliario, es un desafío.

En palabras del mismo Gagliardo: “Si bien tiene todos los conceptos de mis otros edificios, en este, además, se logra la síntesis. Y esto se expresa en el juego básico de intercalar los volúmenes de los balcones. Desde la misma estructura, que nace y muere para eso. Creo que nada está de más, todo trabaja y a la vez comunica, puede ser eso lo que rompe el paradigma y llama tanto la atención.”

En este momento OBRING está construyendo otros dos emprendimientos, Río Arriba y Costavía también creación del arquitecto Pablo Gagliardo.



on24

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS:

- «15th Project of the Year 2018» ArchDaily
- «14 Obras más populares de Argentina» Plataforma Arquitectura
- «Mies Crown Hall Americas Prize 2016-2017» IIT
- «Young Architects in LatinAmerica» XVI Bienal de Venecia
- «BIA-AR» Obra seleccionada
- «Premio Nacional Arq-Fadea» Segundo Premio. Región Santa Fe. 2018.



Pedí un **Préstamo Personal**
de hasta \$500.000
para eso que tenés entre ceja y ceja.

Solicitalo desde la app Santa Fe Móvil o desde Home Banking
bancosantafe.com.ar

Otorgamiento sujeto a normativa interna vigente y calificación crediticia del solicitante.

 **Banco Santa Fe**

MSR // Por Fabiana Suárez



VENDIÓ 12% MÁS QUE 2017 Y TUVO DICIEMBRE RÉCORD

SU INGENIERÍA FINANCIERA LE PERMITIÓ SUMAR CLIENTES QUE ANTES RECURRÍAN AL PROCREAR

En contraste con los pobres indicadores de la actividad económica que arrojó Rosario durante el 2018, donde la construcción fue uno de los sectores más afectados, la constructora MSR, cerró el año con un incremento del 12% en sus ventas -medidas en metros cuadrados-, en relación al 2017. Como dato adicional en el análisis de la performance de la empresa, su presidente, Gabriel Redolfi, aportó: “Fue el mejor registro en la historia de de MSR, superando en un 5% el desempeño del 2015, que había sido hasta el momento, el mejor año de la firma. El 2018 se termina con 12.600 m2 exclusivos vendidos; el resultado responde a varias causas, la principal, tiene que ver con nuestra filosofía en dar respuesta a las necesidades del mercado, nuestra política de mejora continua en cada aspecto de la organización, enfocándonos en obtener la mejor relación precio-calidad”.

Luego del corto receso de las fiestas, el empresario aseguró a ON24: “Todas nuestras obras están en marcha, las de Rosario, San Lorenzo, Granadero Baignoria y San Francisco (Córdoba)”. En este sentido, en lo que respecta a la plaza local, la constructora inició la demolición en el terreno de Av Pellegrini al 1900, donde encara la torre “Modena



Crown”, un proyecto de “características únicas” según el Arq Redolfi, emplazado en un terreno de 1.300 m2 a una cuadra del Parque Independencia. Acerca del crecimiento sostenido de su empresa, que, a pesar de la fuerte recesión del 2018, arrojó resultados sumamente satisfactorios, su titular explicó: “es cierto que fue un año duro para todos, en especial octubre y noviembre, no fueron meses buenos, sin embargo, en diciembre pudimos revertir la tendencia dupli-

cando prácticamente las ventas de noviembre pasado”.

El secreto, según Redolfi, no solo pasa por ofrecer un buen producto en ladrillos, el modelo financiero que la empresa arma para el consumidor, a falta de créditos hipotecarios, facilita el acceso a la vivienda: “El aumento de la venta de metros cuadrados se debió al crecimiento de nuestra base de clientes que antes apuntaban a un Procrear”, finalizó.



EL NEGOCIO DE CORRER

A ESTE RITMO HABRÁ MÁS DE UNA CARRERA POR SEMANA EN LA REGIÓN

La euforia por el running no para, contrariamente al techo que muchos vaticinaron desde hace tiempo. A las carreras que se organizan en Rosario, se suman las maratones de la región: Santa Teresa, Galvez, Las Parejas, Puerto General San Martín, Armstrong y Zavalla, ya tienen fecha en la grilla publicada en el portal Atletismo Rosario.

El calendario 2019, ya marcó las competencias más importantes y representativas de la ciudad, por caso: el 12 de mayo se larga desde el Monumento a la Bandera, la Media Maratón (21K); el 23 de junio, ya con Monumento restaurado de fondo, se organiza la madre de todas las carreras, la Maratón Internacional Día de la Bandera; el 8 de septiembre, es el domingo elegido por Juan Echeverría, para organizar una nueva edición de

la Maratón del Puente Rosario Victoria; un mes más tarde, exactamente el 6 de octubre, New Balance organiza su nueva edición de 15 K.

Sonder abre el año

Como es tradición, Sonder abre el precalentamiento con una maratón nocturna de 10 km. La inscripción para la competencia con fecha 23 de febrero, ya está abierta con un costo inicial de \$550 y \$590 a partir del 29 de enero.

Haciendo sinergia entre carreras, la maratón de Puerto Norte, prevista para el 14 de abril, otorga un descuento de \$50, para su inscripción de \$550, a quienes hayan corrido la nocturna de Sonder.

La marca de indumentaria deportiva rosarina, suma, en lo poco que va del año, la confección de las camisetas

de varias competencias nacionales: Triatlón Olímpico ciudad de Rosario, los 15 K de Puerto Norte y la Maratón de Puerto Madryn.

Antes de cerrar el primer mes del año, el calendario de carreras de calle, vaticina record histórico de competencias organizadas en la ciudad y su región, con la posibilidad de correr una todas las semanas, excepto los domingos bloqueados para las votaciones.

on24

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.



UN PROBLEMA QUE FUE OPORTUNIDAD

PARA EL PRODUCTOR DE CARNE OVINA DE LA ZONA DEL SUDESTE CORDOBÉS, LA LANA ERA UN COSTO Y UN PROBLEMA. SIN EMBARGO, TERMINÓ SIENDO UN NEGOCIO REDITUABLE E INTERESANTE

Nos unimos para acompañar mejor a tu empresa



nosunimos.com.ar/empresas

FiberCorp

Personal

TELECOM

Alexis Misaña, presidente de la Cooperativa La Alborada, con sede en Marcos Juárez, arrancó la charla explicando que se trata de un paso más de un proceso de tres años, de un grupo de productores asociados a la cooperativa, que se inició como una necesidad básica que tienen los productores ovinos, el servicio de esquila.

“Lo plantearon como una necesidad y se abordó en principio como un servicio, pero luego fueron observando que en realidad, ese subproducto (la lana), que se quemaba, mal vendía o volaba de los campos, se podía vender a un precio interesante, ayudando a la economía del productor”. En definitiva, un ingreso extra.

En ese momento, comenzaron a explorar el mercado de la lana, generando vínculos, asesorándose respecto de las posibles ventas; proceso que terminó con esta exportación de lana a la vecina república de Uruguay.

Un camino largo, de dos años, no tan sencillo por las características de la cooperativa (chica y joven), con poco conocimiento de los mercados externos. “Primero nos faltaban pape-

les para hacer la exportación, después no teníamos volúmen; hicimos una inter-cooperación con otra cooperativa ovina de Río Cuarto, y así pudimos hacer el envío” dijo Alexis Misaña, titular de la cooperativa. En los alrededores de Marcos Juárez se esquilaban 300 ovejas, hoy se llegó a los 4000 animales.

“Fue un desafío enorme para nosotros, pero contentos porque se logró y la lana terminó viajando a Uruguay”, agregó. Para el próximo envío, previsto para el próximo mes de febrero, esperan sumar más kilos y productores. El comprador en el vecino país es la cooperativa “Central Lanera Uruguay”, con la que tomaron contacto en una cumbre del cooperativismo.

Misaña reconoció en toda esta instrucción, la predisposición de los productores, porque al ser una institución chica y de bajos recursos, no tenían la posibilidad de salir a comprar y pagar la lana, porque hasta desconocían el número final del negocio. “Generamos la confianza necesaria para que los productores entreguen su producto, nos den la libertad de comercializarlo en las mejores condi-

ciones y generar la liquidación a cada uno de ellos”, apuntó el dirigente cooperativista.

Objetivo carne

Cuando se habla de la lana como subproducto, es porque el 95% del rodeo ovino en la mediterránea provincia de Córdoba tiene destino de carne. “Todo lo que es cuero, lana, etc, es subproducto”, dijo Misaña. Se comercializan hasta las pezuñas de la oveja, si uno logra el volumen necesario.

Para este cooperativista, se trata de una producción que tiene futuro. “Hay mucho para desarrollar, aristas que no están explotadas, que si uno las encara, el negocio toma otro color”. En Córdoba, el 60% del mercado se encuentra en el sector informal, porque no está visto como una actividad con ingreso económico interesante. “Lo tienen para que se coman el pasto y carnear uno a fin de año”. Misaña entiende que esta realidad debe cambiar; pero para ello hay que brindar las condiciones, generar los canales de comercialización y, desarrollar el mercado, entre otros aspectos fundamentales. Vale la pena señalar en este punto que la Secretaría de Agroindustria ha dotado de presupuesto a un programa de impulso a esta producción.

Modelo y consumo

Misaña entiende que el mayor inconveniente para que el sector crezca es la cadena de comercialización. La sociedad argentina come apenas 1.5kgs per cápita; generalmente a la parrilla, entero o en piezas. Este tipo de consumo, amerita una producción estacional.

En cambio, para tener cordero todo el año, hay que ir a animales más pesados, trozados; algo que existe en otros países, pero no en el nuestro.

“Irá ganando terreno a medida que baje un poco el consumo de carne de vaca; allí entrará el cordero ocupando esa porción del mercado; pero hay un gran trabajo por delante”, se entusiasmó Misaña.

CORDERO ARGENTINO, SIEMPRE UNA BUENA OPCIÓN

Es el título y eslogan de la campaña que lanzó la Secretaría de Agroindustria para fomentar el crecimiento de este sector.

“La idea es empezar a formar parte de lo que es la dieta proteica. El cordero se sigue viendo en la Argentina como un producto zafrero, estacional, que se consume como pieza, pero no hay hábito de consumo durante el año”, dijo Carlos Vila Moret, de la Sociedad Rural Argentina.

Aseguró que en el sector “hay un gran desafío por delante”. “El cordero es un speciality, y si pensamos en una Argentina como gran exportadora de carne vacuna y gran productora de carne de cerdo- cuyo consumo creció mucho- la carne ovina también tiene muchísimo para dar”.

“Hay que trabajar los hábitos de consumo. No hemos hecho nada en los últimos años para promocionar la carne ovina con cortes”, remarcó el directivo, al tiempo que hizo hincapié en la necesidad de avanzar en corderos más pesados.

La expo

Uruguay pagó 1 dólar por kilo. “Sabemos que el potencial es mucho mayor y que hay cosas por mejorar, como agregarle valor al proceso (acondicionamiento) para que ese precio suba. Si jugamos al rendimiento, también se podría lograr sensiblemente más, incluso el doble de lo recibido en este primer envío”, indicó Misaña. Hay que señalar que la lana que sale de Córdoba no es de buena calidad, justamente porque el objetivo es la carne. De todas maneras, no es un producto para tirar. Una oveja da unos 120/130 pesos de lana, cuando la esquila cuesta 60 pesos. “Te queda 70 pesos por animal, de algo que vos antes pagabas 60 pesos y lo tirabas”, dijo Misaña. Negocio redondo.

on24



ESPACIO PUBLICITARIO



CHICHARRA

asador a las brasas

PICHINCHA

📷 chicharra_rosario

📌 chicharra.asador a las brasas

RESERVAS 0341 4353934

Rosario

TE ESCUCHA



"Yo me anoté por medio de la página de internet, me llamaron y al mes estaba trabajando. Recomendando 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



NUEVA EQUINOX

Vení a conocerla.


SOLICITA TU
TEST DRIVE



www.pesadocastromotors.com.ar



Pesado Castro

motors

Córdoba (Eva Perón) 4282 - Rosario | Tel: (0341) 4376060 Córdoba 2950 - Rosario | Tel: (0341) 4371008

La Rioja 2025 - Casilda | Tel: (03464) 428860

www.grupopesadocastro.com.ar



Construimos edificios. Construimos valores.
Construimos futuro. Construimos confianza

#todosconstruimos

www.msrconstructora.com.ar

