

**INMUEBLES.** La demanda está en un nivel alto y absorbe unidades. Los valores se actualizan al nivel de la inflación (en algunos casos, más). Mejora la rentabilidad y vuelve el inversor, pero se hace más pesado para el inquilino. **Páginas 2 y 3**

## Alquileres. Tras el ajuste, el mercado se normaliza



ILUSTRACIÓN DE OSCAR ROLDÁN



Tu cocina premium

Grifería para cocina

**LIMA CHROMATIC**



**BENEFICIOS ESPECIALES  
CON EL CLUB**

ClubLaVoz

**APROVECHÁ 10% OFF**

CON TU TARJETA CLUB LA VOZ EN CUALQUIERA  
DE NUESTRAS SUCURSALES

**Ferrocons**  
www.ferrocons.com.ar

Para consultas  
351 6981000

## en profundidad



**DEMANDA.** Hasta mayo del año pasado, la cantidad de departamentos ofrecidos en alquiler en Córdoba fue en aumento. Luego, la demanda los fue absorbiendo.

# Vivienda. Tras el ajuste, el alquiler en Córdoba empieza a normalizarse

**MERCADO INMOBILIARIO.** La demanda está en niveles altos y absorbe lo que entró en 2024. Los valores se actualizan al nivel de la inflación (en algunos casos más). Mejora la rentabilidad.

**Diego Dávila**  
ddavila@lavozdelinterior.com.ar

En la ciudad de Córdoba, tradicionalmente la temporada alta de alquileres empieza en diciembre y cierra en febrero, cuando terminan de instalarse los estudiantes universitarios. Los primeros datos del cierre muestran que el alquiler empezó a ser "más normal" para el mercado, pero que todavía ofrece varias dificultades para el inquilino.

¿Qué quiere decir "más normal"? Que los valores empiezan a ajustarse según la inflación general, que la oferta y la demanda tienden a confluir y que la rentabilidad está empezando a acercarse a niveles más lógicos para los propietarios; a punto tal que el inversor, que había desaparecido, ha vuelto a consultar y a buscar oportunidades.

El problema lo están teniendo los inquilinos, que ven cómo empezaron a tener cada vez más relevancia ciertos componentes del pago de una vivienda que antes tenían un efecto menor, como son las expensas y los impuestos. Por esta razón, desde este sector, todavía se reclama que el Estado siga teniendo un rol regulador en el mercado.

### Sube y baja de la oferta

El DNU 70/23, con el que el Gobierno derogó la Ley de Alquileres en diciembre de 2023, alentó a que muchos propietarios volvieran a ofrecer en alquiler las viviendas que habían puesto a la venta o que directamente las habían sacado del

mercado.

Si hay un producto que sirve de referencia para analizar las tendencias del mercado inmobiliario, es el departamento de un dormitorio en edificios.

Un reciente informe de Brick Data, plataforma que procesa y cura los datos que surgen de los avisos publicados en **Clasificados La Voz**, analiza la evolución de este producto en los principales barrios de la ciudad.

En diciembre de 2023 habían 706 unidades ofrecidas para alquiler; a partir de ese momento, la oferta empezó a subir hasta llegar a mayo de 2024 con 3.021 departamentos.

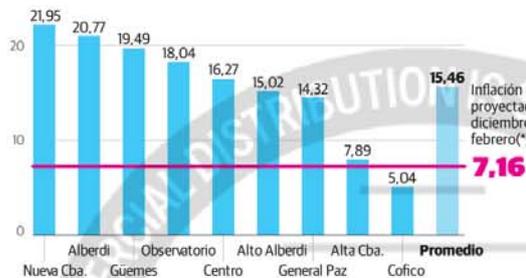
A partir de mediados de 2024, estas nuevas unidades se fueron ocupando. Desde aquel pico que se registró en mayo del año pasado hasta febrero de este año la oferta se achicó a 1.205 departamentos de un dormitorio libres (publicados para alquilar), lo que implicó una reducción de 60%. En esos nueve meses, la mayor reducción fue en Alta Córdoba (76,5%), Nueva Córdoba (73,9%) y Cofico (73,2%).

"Estamos en el nivel más alto de demanda desde finales de 2021, que fue cuando la universidad anunció la vuelta a la presencialidad. Eso es lo que permitió absorber las nuevas unidades que ingresaron tras el DNU", explica Matías Merguerian, director de la consultora MV Real Estate.

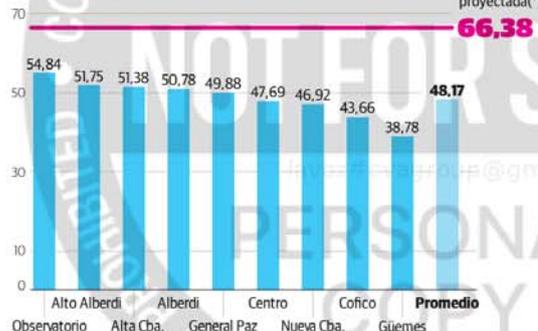
Otro dato que aporta el análisis de Brick Data es que la mayor cantidad de departamentos ofrecidos en la ciudad en febrero fue en Nue-

## Aumentos

Variación entre diciembre y febrero de los valores promedio de los alquileres publicados en Clasificados La Voz. En porcentaje.



Variación interanual de los alquileres promedio en febrero. En porcentaje.



(\*) IPC y REM-BCRA.

Fuente: Brick Data.

va Córdoba (378 unidades) por ser el mercado inmobiliario más grande de la ciudad. Pero es el Centro el que más aumento la proporción de inmuebles ofrecidos en alquiler, con 288 unidades; en noviembre de 2023 tenía poco más del 15% de departamentos libres para ser alquilados, en febrero pasó a representar casi el 24%.

En este marco, Pedro Cámara Correa, presidente de la Cámara de Corredores Inmobiliarios de Córdoba (Cacic) explica: "A partir de enero y febrero del año pasado aparecieron muchos inmuebles que estaban a la venta o cerrados. La mayor parte se ocuparon. En esta última temporada, en Nueva Córdoba, casi no quedaron departamentos disponibles de hasta ocho años de antigüedad, hay muy poco".

De todas maneras, se espera para mediados de año un nuevo movimiento en el mercado que podría absorber aún más la oferta que queda libre. Sobre esto previene Lucas Péndola, presidente del Colegio Profesional de Inmobiliarios de Córdoba (CPI): "Hay universidades privadas donde el ingreso se produce a mediados de año, así que entre junio y julio volverán a ser meses fuertes; el año empezó a ser bastante parejo, ya no hay picos muy altos y meses de baches tan profundos como había antes".

### Precios todavía en ajuste

El gran tema es lo que debe pagar el inquilino. El DNU 70/23 liberó a las partes para negociar precios y condiciones de los contratos de alquiler. Si bien no hay una estadística precisa, se advierte que todavía queda una buena porción de contratos que se firmaron por tres años en el marco de la anterior Ley de Alquileres y que, por lo menos, tendrán vigencia un año y medio más.

Los nuevos contratos se están firmando generalmente a dos años, con ajustes cuatrimestrales siguiendo el Índice de Precios al Consumidor (IPC), ya que el Índice de Contratos de Locaciones (ICL) es cada vez menos utilizado.

Durante el año pasado, la intención de los propietarios fue recuperar los ingresos que habían perdido con la Ley de Alquileres; sin embargo, fue tal el salto inflacionario en el primer semestre que en muchos casos el valor de los alquileres todavía no igualó la inflación general.

Según el análisis de Brick Data, el precio promedio para toda la ciudad del alquiler en febrero de este año, publicado para departamentos de un dormitorio ofrecidos en **Clasificados La Voz**, llegó a casi \$367 mil, 48,2% más que en el segundo mes de 2024. En cambio, la inflación en este mismo período (aplicando a febrero la proyección del REM, elaborado por el Banco Central) estaría por arriba del 66% (ver gráfico).

Cabe aclarar que se trata de promedios de unidades publicadas, lo cual puede tener su diferencia con lo que sucede en la realidad y en

LA VOZ

## en profundidad

cada caso en particular. Por ejemplo, en Nueva Córdoba, el valor promedio en febrero cerró en poco más de \$ 412 mil, implicando una suba de casi 47% interanual.

Pero comparados con noviembre de 2024, antes del inicio de la temporada alta, los valores de alquiler de febrero pasado subieron en promedio 15.5%, cuando la inflación acumulada para el lapso diciembre-febrero estaría por encima del 7%. De hecho, sólo Alta Córdoba y Cofico se acercan al ritmo inflacionario general.

Esto muestra que actualmente los valores de los alquileres suben más que la inflación, pero todavía no incorporan toda la suba de precios general de la economía de los últimos 12 meses.

"El mercado de los alquileres, a medida que la inflación cede, está encontrando cierta estabilidad", previene Matías Merguerian.

En el primer semestre de 2024 hubo un fuerte aumento de los alquileres, pero la demanda no lo convalidó (muchos inquilinos se mudaron a otras viviendas, aprovechando la mayor oferta), por lo tanto no pocos propietarios tuvieron que postergar sus planes de ajustes.

"Hoy encontramos departamentos en Nueva Córdoba con alquileres de \$ 400 mil, que era el precio que tenían en diciembre de 2023. Hay muchos alquileres que quedaron por encima de los valores de mercado, y en esos casos los inquilinos buscaron otros ofrecimientos; hoy hay opciones, la gente busca precios", resalta Péndola.

Por su parte, Cámara Correa advierte que mientras la economía siga tendiendo a la baja de la inflación, los precios van a confluir al mismo ritmo, y no descartó que durante este año se pase a esquemas de ajustes semestrales. "Desde agosto del año pasado vemos que los valores de los alquileres reflejan la tendencia a la estabilidad del resto de la economía", previene.

**Más costos para el inquilino**

Si bien estos cambios normalizaron el mercado, la mochila del inquilino terminó volviéndose más pesada.

"En los primeros seis meses del año pasado sufrimos mucho, porque con la inflación y la especulación se generaron muchas distorsiones. Los que alquilaron casas y tuvieron que firmar contratos en dólares vivieron situaciones muy complejas. Hubo casos que empezaron pagando \$ 250 mil en enero por un departamento y en abril ya estaban abonando \$ 600 mil", explica Maximiliano Vittar, presidente de la asociación Inquilinos Córdoba.

Pero además, se produjo otro cam-

bio en el mercado. Antes, el principal costo del inquilino era el valor del alquiler, con el aumento de las tarifas de los servicios las expensas subieron a un fuerte ritmo. Pero además, derogada la Ley de Alquileres, en la mayor parte de los casos el usuario de la vivienda abona las tasas municipales y el Impuesto Inmobiliario provincial. Según esta asociación civil, las expensas e impuestos representan actualmente de 30% a 35% del pago que todos los meses hace el inquilino, cuando antes estos ítems tenían una participación marginal.

Vittar, que también es coordinador del Movimiento Inquilinos Nacional (tiene presencia en Córdoba, La Plata,

Rosario, Tierra del Fuego, Mendoza y Salta), asegura que la mayor oferta de inmuebles registrada en 2024 no logró frenar los precios de los alquileres, que para su entender quedaron por encima de la inflación.

"El aumento de la gente que vive en la calle da una muestra que, con esta política, la parte más baja de la escala social se está quedando sin vivienda. Los inquilinos no somos consumidores, no puedo elegir no consumir vivienda, si no puedo pagar el alquiler no puedo vivir en la calle. En este marco de desigualdad, es importante el apoyo y la presencia del Estado, un sostén que no lo brinda el mercado", opina.

**5%**

**Rentabilidad.** La estabilidad del dólar y la caída de la inflación, junto con el ajuste que sufrieron los alquileres durante el año pasado, son los factores que provocaron una mejora en los niveles de rentabilidad. El consenso de mercado es que está rondando el 5% para un departamento de un dormitorio en el mercado referente de la ciudad, Nueva Córdoba. En épocas de la Ley de Alquileres, osciló entre 1% y 2%.



JOSÉ GABRIEL HERNÁNDEZ/ARCHIVO

**EN ALZA.** El aumento de los alquileres y la estabilidad del dólar, los factores que mejoraron la rentabilidad del departamento.

## Mejora la rentabilidad y vuelve el inversor

Estos cambios en el mercado inmobiliario empezaron a generar señales de recomposición de una variable importante, la rentabilidad del inmueble, que para un departamento de un dormitorio ha vuelto a ubicarse en torno al 5%.

Históricamente, este índice estuvo entre el 5% y 10% para el propietario, lo que ofrecía al inversor una alternativa para mantener su capital y lograr un cierto retorno.

La Ley de Alquileres, al regular los precios, disminuyó la rentabilidad a niveles del 1% y 2%, convirtiendo a la inversión inmobiliaria en algo poco atractivo.

"La recomposición de los valores del alquiler, sumado a la estabilidad del dólar, hizo que los precios de los departamentos en moneda estadounidense empezaran a acercarse a los niveles históricos, un dato clave para el inversor. Actualmente, hay

departamentos en Nueva Córdoba que están en niveles de rentabilidad de 5.3%", indica el director de MV Real Estate.

Esto cambió el humor del mercado. "La estabilidad trajo otro semblante en el rubro, estamos con buen movimiento con operaciones, las propiedades se revalorizan y eso se refleja en una buena rentabilidad. Enero y febrero fueron los mejores de los últimos años en ventas y, si sigue bajando la inflación, 2025 va a ser un muy buen año. Lo estamos notando con la vuelta de los inversores; esos viejos clientes, que invertían con los ojos cerrados, están volviendo a creer en el ladrillo", expresa el titular de la cámara inmobiliaria.

Desde el Colegio Profesional de Inmobiliarios observan un panorama similar, sobre lo cual su presidente indica: "Mientras estuvo la Ley de Alquileres, el inversor había desaparecido. Cuando el dólar bajó, la renta se estabilizó y eso ayudó mucho; la posibilidad de hacer ajustes más rápidos mejoró la rentabilidad, y así volvimos a atraer a los clientes del campo. Esperamos estar transitando el camino de la normalización, que la oferta satisfaga a la demanda y que los precios sean competitivos".

**Seguinos en Instagram**  
y enterate de novedades,  
sorteos y experiencias  
exclusivas.

**ClubLaVoz**

## entrevista

Florencia Ripoll

fripoll@lavozdelinterior.com.ar

**F**ue haciendo cola para entrar a ver un show musical a Club Paraguay, allá por 2016, donde Tomás "Tom" Pendini y Alexis Roberto tuvieron la idea inicial de *alpogo*.

"Veíamos que algunas personas a punto de ingresar se daban cuenta de que no habían llevado las entradas físicas y se querían matar", recuerdan los socios creadores de esta plataforma de venta de tickets "made in Córdoba".

El chispazo llegó allí porque llevaban un buen tiempo buscándolo. Ambos se habían cruzado sin conocerse en La Metro, mientras Tom se formaba como publicista y Alexis en diseño multimedia. Más tarde se convirtieron en compañeros de trabajo y luego en amigos en la agencia Romero Victorica: un espacio donde descubrieron afinidades: el gusto por consumir música en vivo, el interés por la tecnología y las ganas de emprender.

De hecho, junto a otros amigos, se juntaban en un departamento a "cranear" soluciones que pudieran convertirse en un negocio. En medio de esa pulsión por el proyecto propio, germinó la idea de crear *alpogo*.

"Al inicio éramos cuatro, y así fue surgiendo esta idea de los tickets, pero era algo más gamificado que incluía sorteos", recuerda Tomás Pendini (TP).

—Alexis Roberto (AR). Hacíamos pruebas analógicas en bares, sorteando entradas que comprábamos. Intentábamos validar la idea sin plata porque no teníamos.

—TP. Hasta que se nos ocurrió hacer los tickets digitales que pudieran llevarse en el celu. Siempre habíamos tenido la intención de usar la tecnología para mejorar el proceso de la compra de entradas y el ingreso a los espectáculos.

—¿En 2016 vendieron su primer show?

—AR. El 5 de mayo de 2016, es la fecha que tomamos como nuestro aniversario. En ese entonces casi no había venta por Internet y, si la había, luego te hacían ir en persona a buscar el ticket de papel. Nosotros renegábamos de eso.

—TP. El primer evento que vendimos ese 5 de mayo fue Lucio Mantel en Cocina de Culturas, una sala que lamentablemente ya no existe. Lo produjo Hebe Sosa, una productora local. A pesar de que llevábamos meses de ensayo, esa fue como una prueba piloto. Creo que vendimos seis entradas, de las cuales dos eran las nuestras (risas). Ya para fines de ese año estábamos vendiendo todos los eventos de Club Paraguay, que fue nuestro primer cliente regular. Entre los productores iba rodando la bola sobre esta nueva ticketera que existía.

—AR. Al principio nadie le daba importancia, vendíamos tres o seis tickets. Llegaba una persona



**TECNOLOGÍA.** Estos dos cordobeses imaginaron migrar la entrada papel al celular en 2016. Esta plataforma ganó su lugar y ya crece fuera del país.

## Tomás Pendini y Alexis Roberto

# La ticketera cordobesa que nació en la cola de un show

con entrada digital al show y en el lugar le decían "entrá nomás" sin controlar, porque eran pocos. De repente un día nos llamaron de madrugada porque tenían 30 personas con entradas digitales. Así los productores fueron adoptando el sistema en el ingreso, abriéndose al QR, a desarrollar los controles de acceso. Impulsar la digitalización del servicio fue un proceso.

—Tuvieron que educar...

—TP. Hasta fuimos parte del cambio normativo que tuvo que hacerse para dar validez a las entradas digitales, porque no estaban contempladas en las ordenanzas de la ciudad de Córdoba.

—¿En ese camino cambiaron su modelo de negocios? ¿Su cliente es el productor o el asistente al evento?

—La realidad es que nuestro cliente principal es el productor de espectáculos. Sin él no hay consumidor que compre tickets. Pero sin consumidor tampoco hay espectáculo, por eso para nosotros el servicio y la atención al cliente para el usuario final que

compra es un pilar fundamental. Hacia el productor, la plataforma está hecha para el que vende cinco entradas o el que vende 50 mil: todos tienen el mismo nivel de servicio. Nosotros podemos asumir y resolver todo de punta a punta, incluyendo el control de acceso; o el organizador puede autogestionarse.

—¿Autogestionarse?

—AR. Si, si quieren, uno o más organizadores puede crear el evento en la plataforma, monitorear cómo se van vendiendo las entradas, ir usando toda la información estadística sobre cuáles salen antes, qué días, a qué hora se vende más, etcétera; para impulsar la venta con campañas de marketing diseñadas a medida. También se baja en cualquier teléfono el aplicativo para después hacer el check-in y el control de acceso desde allí. Nosotros también cubrimos todo o parte de ese servicio, lo que nos soliciten.

—¿Cómo monetiza la plataforma?

—TP. Cobramos un cargo por servicio que nos permite cubrir el



TECN

## entrevista



FOTOGRAFÍAS DE JOSÉ GABRIEL HERNÁNDEZ

“En algo estamos trabajando con IA en acelerar la carga de eventos y en ofrecer mayor cruce de información, de la propia que genera su show.”

100% de los costos operativos, incluyendo impuestos. Es el 15% sobre el valor de la entrada por cada una de las ventas. Está en sintonía con lo que maneja la industria. Ante eso, el productor tiene dos alternativas: o transfiere el costo al usuario final o lo absorbe. Generalmente opta por la primera.

—¿Están enfocados en eventos musicales?

—Trabajamos con toda clase de eventos: recitales de distinta escala, cenas show, stand up, charlas informativas, etc. En 2024 comercializamos más de 5.000 eventos y vendimos más de 500 mil entradas. La meta que tenemos este año es duplicar esos números y acompañar el crecimiento con internacionalización.

—¿Salen de Argentina?

—AR. El año pasado hicimos nuestro primer evento en México, fue un show de Rumbo Tumba producido por Hebe Sosa, la artífice del primer show que ofrecimos en alpogo. A partir de ese evento nos surgieron oportunidades en Uruguay, Chile y otros países.

—TP. Sucede que los productores con los que trabajamos acá han ido creciendo y ahora llegan a otros países. Buscamos también acompañarlos, Chile, Paraguay y México son mercados a donde apuntamos. La plataforma ya se podía usar en cualquier país pero

lo que hicimos fue desarrollar la posibilidad de cobrar en moneda local.

—AR. Lo veníamos ofreciendo pero a través de Paypal y era una limitante, porque la gente quiere pagar su entrada en su moneda y con el medio que elija. En 2024 hicimos el desarrollo y los acuerdos necesarios para contar con ese cross-boarding de pago y este año pensamos lanzarlo oficialmente.

—Gestionan facturaciones importantes. ¿han desarrollado algún negocio financiero sobre eso?

—TP. Con la mayoría de los productores recibimos el dinero en una cuenta especial de recaudación que tenemos y hacemos la liquidación. El beneficio de eso es que, como entendemos que trabajamos con productores de pequeños a grandes, no les derivamos a ellos la demora que tienen los medios de pago como las tarjetas, por ejemplo. Nos hacemos cargo y al productor le pagamos en uno a tres días hábiles luego del evento. Entendemos su necesidad de pagar a artistas y demás. Ese es otro de nuestros diferenciales.

—AR. Desarrollamos una espalda financiera para soportar ese tiempo de espera. Hay productores que prefieren abonar un poco menos de cargo por servicio, pero usar sus tarjetas y esperar plazos más largos; y otros optan por la alternativa que describimos.

—De los 5.000 eventos de 2024, ¿cuántos son de Córdoba?

—TP. Cerca del 75% son de Córdoba pero operamos en todas las provincias, en todas comercializamos propuestas.

—Son una de las empresas tecnológicas invertidas por la Municipalidad de Córdoba, a través del fondo Córdoba Ciu-

“En 2024 la restricción económica que sufrió la gente se sintió en la venta de entradas, a pesar de que muchos priorizan seguir dándose el gusto de asistir a recitales.”

dad Inteligente (CCI), ¿por qué?

—A través de esas inversiones, la Municipalidad busca apoyarse en empresas para resolver distintas necesidades con el objetivo de hacer que la ciudad sea más inteligente, de que más y más decisiones se basen en análisis de datos. Lo hacen apostando a empresas locales de las que se convierte en socia, por eso también busca que esas empresas tengan éxito.

—¿Qué le aportan ustedes?

—Nosotros tenemos la información transaccional de todos los eventos que comercializamos, sabemos en qué zonas de la ciudad habrá mayor concentración de personas, en qué horarios. Si bien no comercializamos el 100%, sí tenemos un gran porcentaje.

—AR. Entendiendo que teníamos toda esa información, lo que planteamos fue hacer un mapa de calor que vaya mostrando estas zonas geográficas que van a recibir mayor densidad de población para que, en base a eso y en tiempo real, “la Muni” pueda diagramar mejor servicios conexos: transporte, recolección de residuos, seguridad, salud, etc.

—¿Ese mapa es susceptible de sumar información de eventos en los que no participan?

—TP. Ciento por ciento. Lo que queremos es nutrirlo automáticamente con los eventos que tenemos y que la Municipalidad pueda cargar de manera manual los eventos que quiera. Por ejemplo, los masivos deportivos. A través de Inteligencia Artificial (IA) se podrá calcular la masa de población que lleven porque, aunque no los vendamos, conocemos las capacidades de cada espacio y otros datos.

—Hablando de IA, ¿ya la utilizan?

—Hoy tenemos funcionando un chatbot con IA que, a través de WhatsApp, te ayuda para que encuentres tu ticket. Pasa que la gente tiene su casilla de mail llena y no recibe el ticket; o lo compró meses atrás y no lo encuentra. Ese asistente te ayuda a descargar tu entrada.

—AR. Hacia el productor, estamos trabajando con IA en acelerar la carga de eventos y en ofrecerle mayor cruce de información, de la propia que genera su show. La idea es darle más elementos para seguir la evolución de su negocio. Por ejemplo, analizar si su evento A fue mejor que el B en función al volumen y al ritmo de ventas y otras variables. Allí tenemos mucho para ofrecer.



DLOGIA. Roberto y Pardini trabajan para sumar la IA a sus servicios.

## Melómanos y tecnológicos

**Nombres.** Tomás Pardini (32 años) y Alexis Roberto (36).

**Formación.** Ambos estudiaron en La Metro. Tomás Publicidad y Alexis Diseño Multimedia.

**Hobbies.** “Soy un melómano” autodefine Tomás. Además de amar la música y consumirla, toca el piano y la guitarra y hace ciclismo. Alexis toca la guitarra, es un lector voraz y escribe cuentos.

**Empresa.** alpogo. Brinda una solución tecnológica diseñada para optimizar la gestión de eventos. Ofrece a organizadores y autoridades locales una plataforma para crear, promocionar y vender entradas a eventos resolviendo incluso el control de ingresos, bajo dos modelos para el productor: autogestión y prestación integral del servicio. En paralelo, y sobre toda la información que colecta, la empresa está desarrollando un negocio de inteligencia a partir de datos tanto para organizadores de shows como

para actores como el municipio, involucrado en la prestación de servicios asociada a eventos.

**Estructura.** La empresa tiene 11 empleados directos y se apoya en externos para algunos servicios. Inversores. A lo largo de su desarrollo, la startup recibió distintas inversiones: una privada en 2017, varias instancias desde el Programa de Apoyo a la Competitividad (PAC) de Nación. En 2024, entró al portafolio del Fondo Córdoba Ciudad Inteligente, un programa de inversión estratégica en startups creado por la Municipalidad de Córdoba que cuenta con el acompañamiento técnico y financiero de BID Lab.

**Premios.** alpogo llegó a forjar un lazo tan estrecho con su comunidad de usuarios que, durante algún tiempo y a modo de juego, entregó premios a los compradores de tickets. Estaba el “Premio Manija”, al mayor comprador del año, y el “Amigo Piedra”, para quien más entradas había adquirido para terceros a través de la plataforma.

**E-mail.** contacto@alpogo.com

**Instagram.** @alpogotickets

**Web.** https://alpogo.com/

## opinión

Las evidentes arritmias en el corazón de los mercados aceleraron los tiempos. El arranque de 2025 quedó huérfano del envión de expectativas que movió el velocímetro durante el año pasado, y el motor económico empieza a sentirlo.

Hasta la inflación, que ha sido uno de los vectores para mostrar resultados, se ha empujado, sobre todo en la canasta de alimentos y bebidas. La consultora EcoGo relevó una suba promedio en febrero de 3,8% en ese segmento.

Después de acumular una seguidilla de desaciertos políticos, el Gobierno intenta ahora retomar la iniciativa trepado al árbol de la economía, que es donde mejor se siente, y después de una profunda poda con la promesa de un rebrote sustentable.

La actividad cayó 1,8% en 2024. El resultado fue mejor que lo esperado, pero sí se excluyen agro y energía, el golpe recesivo dejó un moretón de -5,9% en términos del producto interno bruto (PIB).

El vaso medio lleno recién se corpezó en el último trimestre del año pasado y es la inercia que queda como piso, a la espera de que los sectores más sensibles de la economía real terminen de desentumecer sus músculos.

Pero la asepsia fiscal, aunque es clave, no alcanza para mover todos

AL MARGEN

# Atajos de necesidad y urgencia



Daniel Alonso  
dalonso@lavozdelinterior.com.ar

los engranajes. Y el blanqueo, que en la práctica funcionó como un puente de ingreso de capitales, ya no tiene más recorrido.

En concreto: las reservas netas no levantan y con cepo no habrá llegada de dólares en los volúmenes que demanda el país.

Por eso el Gobierno vuelve, de manera explícita, a tomar un atajo de necesidad y urgencia mediante un decreto para validar en el Congreso el acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), que según el ministro de Economía, Luis Caputo, ya está cerrado y sólo falta la aprobación del board del organismo.



JUNTOS. El presidente Javier Milei, y el ministro de Economía, Luis Caputo.

### Hoja de ruta

En lo formal, la hoja de ruta es la misma que siguen todos los decretos de necesidad y urgencia (DNU): rigen desde su publicación y sólo caen con el rechazo de ambas cámaras legislativas. Se sabe: todas las fichas libertarias están puestas en Diputados.

Todo lo que se ha dicho hasta ahora sobre el nuevo acuerdo con el FMI no ha terminado de despejar las principales incógnitas: el desembolso final, los destinos del dinero y el sendero de la política cambiaria.

La única señal oficial estuvo en un comunicado en el que el Gobierno reveló que el entendimiento "implicará una operación de crédito público mediante la cual el Tesoro Nacional cancelará deuda existente con el Banco Central" y que eso se traducirá en "una reducción del total de la deuda pública".

Ese mecanismo supone pagar letras intranferibles que están en manos del Central (algo así como bonos internos que el Tesoro le dio al BCRA a cambio de dólares). Acá hay un tecnicismo, porque esos papeles tienen un valor real que equivale a un tercio del monto nominal.

Pero más allá de eso, pese a que el Gobierno lo niega, en definitiva habrá un aumento de la deuda con el FMI o del pasivo neto del sector público consolidado.

¿Qué se hará con el resto del

### Pese a que el Gobierno lo niega, en definitiva habrá un aumento de la deuda con el FMI o del pasivo neto del sector público consolidado.

desembolso? La hipótesis original es que quede como cinturón de castidad dentro de las reservas, para acompañar el desarme del cepo y que no se use para intervenir en el mercado ante eventuales presiones. Ver para creer.

A corto plazo, en tanto, no parece que vaya a ocurrir un cambio en el actual esquema cambiario. Además, los dólares frescos del FMI se van a solapar con el ingreso de divisas de las liquidaciones de la cosecha gruesa. Pero eso puede cambiar en el segundo semestre y, en especial, después de las elecciones legislativas.

Incluso, los rumores apuntan a que el organismo no exigirá nada en la política cambiaria, aunque incidiría de manera indirecta con un calendario de metas de acumulación de reservas.

Como sea, con el atajo construido, y más allá de la letra chica con las exigencias del FMI, el Gobierno deberá demostrar que el fin justificó los medios.

**INDICADORES DE ENERO.** Ambos sectores de la economía afianzaron la recuperación que habían insinuado en meses anteriores.

# Actividad. La industria mejora, la construcción frena su descenso



TERMINALES. Para Adefa, el año comenzó positivo en materia de producción.

Roberto Pico  
Corresponsalía Buenos Aires

La producción industrial creció en enero 7,1% con relación al mismo mes del año pasado y sumó el segundo mes consecutivo con datos positivos, según informó hoy el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec).

La suba también se explica por una base de comparación muy baja dado el desplome que había sufrido el sector en el arranque de 2024, tras las primeras medidas tomadas por el gobierno de Javier Milei. No obstante, la comparación contra diciembre arrojó una caída de 1,3%, siempre según el informe oficial.

De las nueve ramas relevadas, ocho mostraron aumentos interanuales.

El incremento más fuerte se observó en la producción de "equipos y aparatos", que registró una expansión

de 50%. El progreso se observó en informática, televisión, comunicación y componente electrónicos.

### Automotrices

También se destacó la producción automotriz que mejoró 24,1%. La Asociación de Fábricas de Automotores (Adefa) adelantó que en febrero el sector incrementó la producción de vehículos 13,1% en forma interanual y 4,1% con relación a enero.

Con un promedio diario de 2.357 unidades, las terminales automotrices fabricaron 42.419 unidades. En el primer bimestre el sector contabilizó 72.477 unidades producidas, un 20,5% más respecto del acumulado del mismo período del 2024.

En lo que respecta al comercio exterior, las terminales exportaron 22.496 unidades, 102,1% respecto de enero, 4,6% menos en la comparación interanual. El acumulado de enero y febrero, arrojó exportaciones de 33.628 vehículos, 13,5% menos en el primer bimestre de 2024.

Estos resultados se verán reflejados en el próximo informe industrial del Indec.

En esa línea se anota la fabricación de muebles, que subió 2,4%.

A su vez, alimentos y bebidas subió 6,5% en enero. La principal incidencia positiva se refleja en la molienda de oleaginosas, que muestra una suba interanual de 18,7%.

En tanto, la refinación de petróleo alcanzó un progreso de 6,4%, impulsado principalmente por la producción de Vaca Muerta.

El dato llamativo fue la baja de 7,4% en el sector minero.

Pese a la amenaza de la apertura

**Autos.** En ventas mayoristas, las automotrices vendieron a su red de concesionarios 45.617 unidades en febrero, 33,8% por sobre enero y 37,3% más comparadas con las entregas a la red que se concretaron en febrero de 2024.

comercial la producción textil trepó 14,8%.

### Construcción

En cuanto a la construcción registró en enero bajas de 1,3% en forma interanual y de 1% comparando con diciembre.

Si bien se mantiene en rango negativo este resultado muestra que se frenó la caída, ya que el sector venía con saldos en rojo de dos dígitos.

De todas formas, en este caso también aplica la explicación de que se está comparando contra la debacle de enero de 2024.

Los datos del consumo de los insumos muestran, con relación a igual mes del año anterior, bajas de 37,7% en el resto de los insumos (incluye grifería, tubos de acero sin costura y vidrio para construcción); 29,1% en mosaicos graníticos y calcáreos; 14,8% en placas de yeso; y 4,3% en artículos sanitarios de cerámica.

Mientras tanto, se observan subas de 98,8% en asfalto; 10% en cales; 8,4% en cemento Portland; 8,2% en pinturas para construcción; 6,3% en yeso; 6,1% en pisos y revestimientos cerámicos; 5,7% en ladrillos huecos; 5,3% en hierro redondo y aceros para la construcción; y 3,0% en hormigón elaborado.

ESPACIO DE PUBLICIDAD | CONSTRUCTORA DOMUS

# Domus amplía su alianza con municipios para construir viviendas en hasta 180 cuotas

La empresa cordobesa, con más de una década de trayectoria en el mercado inmobiliario, cuenta con un financiamiento propio basado exclusivamente en el precio de la bolsa de cemento.

El sueño de la casa propia es la aspiración de muchos para tener un lugar donde vivir, crear recuerdos y sentirse cómodos. Acceder a ella puede dar un sentido de libertad, independencia y, por sobre todo, estabilidad. Las crisis económicas que han azotado a nuestro país en las últimas décadas parecen haber alejado esa posibilidad de una gran parte de la sociedad, principalmente de los jóvenes.

Sin embargo, aún existen oportunidades que permiten adquirir o construir una vivienda de forma más accesible y con respaldo. Tal es el caso de la propuesta de la empresa constructora Domus, que desde hace 12 años se dedica al desarrollo y la construcción de proyectos inmobiliarios.

## ¿Quién es Domus?

La firma pertenece a un grupo empresario familiar, fundado por José María Maurino en la localidad de Monte Maíz y que tiene fuerte presencia en el sur de la provincia de Córdoba.

"Las más de 3.000 viviendas entregadas son la base de una sólida ex-

pansión que nos llevó a ocupar una posición de relevancia y de distinción dentro del rubro, participando activamente en los principales polos de transformación urbana de diversas localidades", resaltó su fundador y actual CEO.

Domus cuenta con el respaldo suficiente para afrontar proyectos residenciales, comerciales e industriales.

"Hace más de un año que instala-

mos un showroom en la provincia de Neuquén, que está funcionando muy bien y que nos permite ampliar el horizonte de la empresa a un alcance más federal", destacó Maurino, quien hizo hincapié en la seriedad, la honestidad y la propuesta real de la firma que dirige.

Desde hace más de dos décadas, el grupo económico también cuenta con una unidad de negocio dedicada

al rubro agrícola-ganadero, denominado Estancia La Guayaca SA.

## Proyectos a escala municipal

Además de las casas particulares, desde hace unos años Domus viene trabajando en un modelo que construye emprendimientos de viviendas para los municipios, quienes luego venden las propiedades a los vecinos de esa localidad.

La gran novedad de esta iniciativa es que las unidades se financian en hasta 180 cuotas, lo que garantiza una mayor accesibilidad para los interesados. Se trata de un financiamiento propio de la constructora, basado exclusivamente en el valor de la bolsa de cemento.

Apuntaladas en la aparente estabilidad financiera que atraviesa el país, cada vez son más las administraciones locales de toda la provincia que adoptan este modelo. Los municipios se encargan de poner los lotes y de gestionar los mecanismos de adjudicación de las viviendas.

"Ya hemos ejecutado este modelo en los municipios de Etruria, San-

## Una oportunidad para los productores agropecuarios e inversores

Su ubicación geográfica en el corazón productivo de la provincia de Córdoba, ha propiciado que el 30% de la cartera de clientes de Constructora Domus esté integrada por productores agropecuarios. Considerando esta oportunidad, la firma desarrolló una línea de financiamiento exclusiva para el acceso a las viviendas con cuotas que se ajustan al valor del quintal de soja según la cotización de Rosario. Además, le ofrece a este sector la posibilidad de invertir en sus pueblos construyendo varias casas para generar un ingreso extra a través de la renta. Domus también firma contratos de participación con particulares que aportan sus terrenos para que la empresa construya las viviendas, en un sistema de agrupación económica.

ta Eufemia, Charras, Canals, Ticino, Noetinger, Buchardo, Carrilobo y Mattaldi; y esperamos para 2025 poder avanzar con más localidades", contó el CEO de Domus.

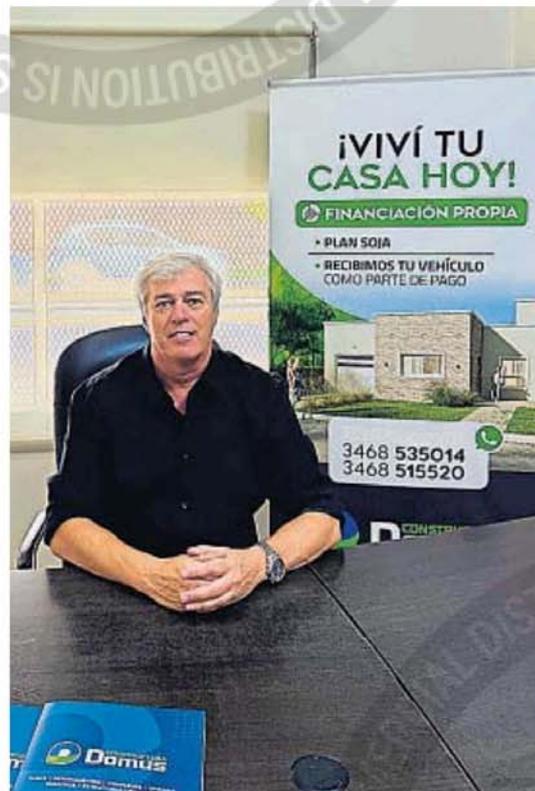
La mayoría elige el modelo de casa de 63 metros cuadrados, cuyo plazo de ejecución es de 180 días. Son de planta baja, están construidas con un sistema mixto e incluyen cocina-comedor, un baño y dos dormitorios. Las unidades se entregan con planos aprobados para ampliar a una tercera habitación.

Además de esta alternativa, Domus ofrece muchas tipologías de casas y hasta se adapta a planos de particulares.

## Contacto

• Correo: [ventas@construtoradomus.com.ar](mailto:ventas@construtoradomus.com.ar)  
• Teléfonos: +54 9 3468 515520

Conocé más sobre la propuesta de Constructora Domus escaneando el código QR.



José María Maurino, fundador y actual CEO de Constructora Domus.

## ¿Cómo acceder a la casa propia?

Para los clientes particulares que quieran acceder a su vivienda, la empresa constructora Domus ofrece un sistema de financiamiento propio que resulta muy favorable.

Pueden ingresar con una entrega inicial y financiar el resto en hasta 120 cuotas (variables según el valor de la bolsa de cemento), que abarcan parte del proceso de trámites y de obra. La firma recibe vehículos y propiedades como parte de pago.

## ¿Qué significa un sistema constructivo mixto?

Las casas que construye la empresa cordobesa Domus son con sistema tradicional - mixto. Por fuera, se destacan por su elegante revestimiento de ladrillo y el revoque plástico, que ofrece un excelente aislamiento térmico y acústico.

En cuanto a su interior, se utiliza un sistema seco eficiente con placas de durlock, lo que significa que la obra es rápida y limpia, sin tiempos de secado prolongados. Esto se traduce en un menor tiempo de construcción, en una flexibilidad excepcional en la distribución de espacios y en la posibilidad de realizar cambios fácilmente en el futuro.



Emprendimiento de viviendas construido por Domus en la localidad cordobesa de Mattaldi.



Las casas que construye Domus son con sistema tradicional - mixto, lo que permite aprovechar lo mejor de ambos métodos.

## opinión

La efeméride del 8 de marzo es una buena oportunidad para reflexionar sobre el papel que tiene la mujer en nuestra sociedad, especialmente en los ámbitos laboral y económico.

Aunque la participación femenina en el mercado laboral ha crecido en las últimas décadas, las brechas de género siguen siendo una realidad. Esto merece múltiples consideraciones. Pero una pregunta fundamental es: ¿cuánto pierde la sociedad por no integrar a más mujeres al mercado de trabajo?

La participación de mujeres y de hombres en el mercado laboral sigue siendo desigual. Mientras que la tasa de participación femenina en la fuerza laboral es del 58%, entre los varones supera el 75%. Esos 17 puntos porcentuales son una diferencia muy significativa.

Además de una menor inserción en el trabajo remunerado, las mujeres también trabajan menos horas en promedio. Esto tiene un impacto muy decisivo como determinante de las diferencias en los ingresos totales entre mujeres y varones.

Por cada peso que gana un varón, una mujer recibe 93 centavos. Sin embargo, si se ajusta el análisis por cantidad de horas trabajadas, la brecha salarial se reduce e incluso, en ciertos sectores, se revierte a favor de las mujeres. Esto demuestra que en muchos casos las diferencias en las remuneraciones están más vinculadas a la cantidad de horas trabajadas que a una desigualdad en el ingreso por hora.

Según la economista Claudia Goldin, quien obtuvo el premio Nobel de Economía en 2023, esta diferencia se explica en gran medida por la búsqueda de flexibilidad laboral. Los empleos mejor remunerados suelen requerir largas jornadas y menor flexibilidad, características que atraen más a los varones.

En contraste, las mujeres, que históricamente han asumido una mayor carga de responsabilidades domésticas, tienden a optar por trabajos más flexibles y menos intensidad horaria, lo que repercute en sus ingresos.

Esto lleva a enfatizar que la clave del problema radica, entonces, en la distribución del trabajo no remunerado dentro del hogar. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec), en la Argentina las mujeres dedican en promedio seis horas y 31 minutos diarios a tareas domésticas y de cuidado familiar, mientras que los varones invierten tres horas y 40 minutos.

Esta muy desigual distribución de las tareas influye directamente en la participación femenina en el mercado laboral y en sus oportuni-

**Si las mujeres tuvieran más oportunidades laborales de calidad, el crecimiento económico se vería impulsado.**

## LA ECONOMÍA

# ¿Cuánto se pierde por no incluir a más mujeres en la economía?



**Virginia Giordano**  
Economista, coordinadora en Ideas.

dades económicas.

### ¿Qué se pierde la economía?

Las brechas de género en el mercado laboral no solo afectan a las mujeres, sino que también tie-

nen un impacto significativo en la economía global.

Un estudio de McKinsey Global Institute, titulado **The Power of Parity: How Advancing Women's Equality Can Add \$12**

**Trillion to Global Growth**, concluye que, si las mujeres participan en la economía en igualdad de condiciones con los varones, el producto interno bruto (PIB) global anual podría aumentar hasta en

US\$ 28 billones para 2025. lo que representaría un crecimiento del 26%.

Este hallazgo resalta que cerrar la brecha de género no solo es una cuestión de equidad, sino también de eficiencia económica. Si las mujeres tuvieran mayor acceso a oportunidades laborales de calidad, la productividad y el crecimiento económico se verían significativamente impulsados. Por lo tanto, promover la igualdad de género en el ámbito laboral no solo beneficia a las mujeres, sino que también es esencial para el crecimiento y la prosperidad económica global.

### Cómo aumentar la participación

Diversos estudios muestran cómo los patrones culturales siguen asignando a las mujeres la mayor parte del trabajo doméstico y del cuidado no remunerado. Incluso sin hijos, son ellas quienes suelen asumir estas responsabilidades, una carga que se extiende también al cuidado de adultos mayores, reforzando roles de género tradicionales y expectativas sociales arraigadas.

El hecho de que estas desigualdades tengan un fuerte componente cultural limita el impacto de muchas de las políticas comúnmente propuestas para combatir la brecha laboral, como la ampliación de licencias parentales o los subsidios para el cuidado infantil. Incluso una ley que establezca la igualdad salarial por el mismo puesto de trabajo no resolvería completamente el problema.

Investigaciones como las de Claudia Goldin, el informe de McKinsey y muchos otros estudios coinciden en que la clave para reducir las brechas de género radica en la flexibilidad laboral. Adaptar los empleos para que permitan una mejor conciliación entre el trabajo remunerado y las responsabilidades familiares es una estrategia fundamental.

En este sentido, la expansión del trabajo remoto y los esquemas híbridos ha demostrado ser especialmente beneficiosa para las mujeres. Según McKinsey, solo una de cada 10 mujeres prefiere trabajar exclusivamente desde la oficina, y muchas consideran la posibilidad de trabajar a distancia como un factor determinante para unirse o permanecer en una organización.

La actitud prevaleciente de no tocar las instituciones laborales (donde prevalecen normas y convenios colectivos que tienen aproximadamente medio siglo de antigüedad), además de otros prejuicios, son un factor que contribuye a perpetuar la discriminación contra la mujer.

Garantizar condiciones laborales más equitativas no solo beneficiará a las mujeres, sino que también tendrá un impacto positivo en toda la sociedad, fortaleciendo la economía. Incluir a más mujeres en la economía no es solo una cuestión de justicia, sino una decisión estratégica para el desarrollo sostenible.

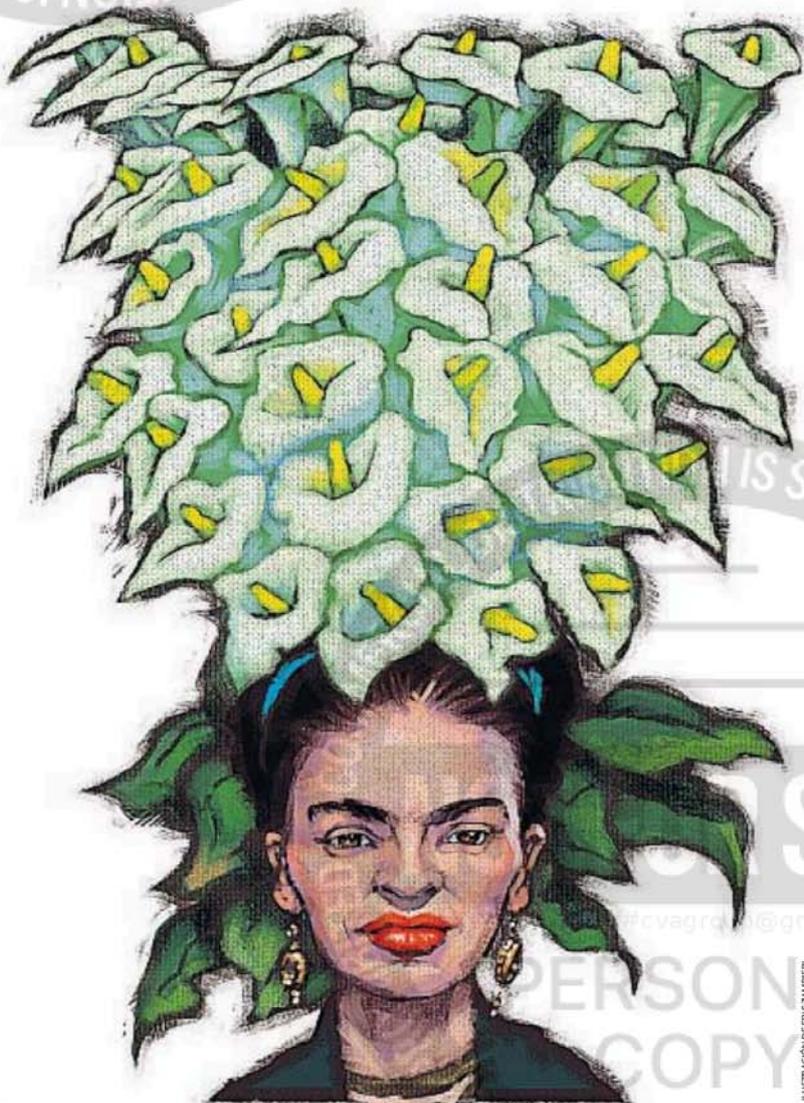


ILUSTRACIÓN DE ERIC ZAMPERI