

punto a punto

DILEMA OBRA PÚBLICA



¿Cómo se disfruta la interactividad de Punto a Punto? Haciendo click en todos estos botones



Seguir leyendo o ver más



Cerrar



Agrandar



Escuchar



Avance y retroceso



Volver a índice



Galería
de fotos

Dale play a todos los videos

La Guardia Urbana Municipal ya cuenta con armas menos letales

En un **trabajo en conjunto con el Gobierno Provincial**, la **Municipalidad de Córdoba** lleva adelante el abordaje de la seguridad ciudadana con el fin de prevenir delitos y conflictos en la ciudad. Estas armas **se utilizarán para reducir o disuadir a agresores** en diversas situaciones, llevando **más seguridad a los vecinos y vecinas de la capital**.



“El trabajo articulado es una bandera que llevamos siempre en lo más alto, con el único objetivo de trabajar para la gente”

Intendente Daniel Passerini

El escándalo de Libra y la imagen de Milei: ¿un golpe a su capital político?

Las declaraciones del presidente sobre la “ideología de género” no afectaron sus niveles de apoyo, pero su rol en la difusión de \$LIBRA podría generar un quiebre en su electorado. La corrupción sigue siendo la principal preocupación de los votantes libertarios y el caso pone a prueba su discurso anticasta.

El impacto del escándalo vinculado a \$LIBRA y su difusión por parte del presidente Javier Milei se ha convertido en un tema central del debate político en Argentina. Si bien las declaraciones de Milei sobre la “ideología de género” en el Foro de Davos no generaron un deterioro en sus indicadores de

imagen, el caso Libra podría representar un punto de inflexión en su relación con el electorado.

UN DISCURSO POLARIZANTE SIN CONSECUENCIAS INMEDIATAS

El 23 de enero, en Davos, Milei vinculó la “ideología de género” con



casos extremos de abuso infantil, provocando un aluvión de críticas de diversos sectores de la sociedad. A pesar de la repercusión mediática y las movilizaciones en

repudio, un estudio de la Consultora Delfos reveló que la imagen del mandatario y la aprobación de su gestión se mantuvieron sin cambios significativos en febrero respecto de enero. La polarización del escenario político y la consolidación de su base de apoyo parecen haber blindado a Milei ante estos embates.

EL FACTOR LIBRA: ¿UN GOLPE A SU CREDIBILIDAD?

Sin embargo, el escándalo en torno a \$LIBRA presenta una situación distinta. La corrupción es, desde hace meses, la principal preocupación de los argentinos según Delfos, y es especialmente relevante para el 36% de quienes votaron a Milei en primera vuelta y el 27%



de los seguidores de Patricia Bullrich. Hasta ahora, la lucha contra la “casta corrupta” ha sido un eje clave de su discurso, enfocado en los presuntos delitos del kirchne-

rismo. Pero si la opinión pública interpreta su rol en el caso Libra como una complicidad en una estafa, su capital político podría verse afectado.

INCONSISTENCIAS QUE GENERAN DUDAS

El episodio con \$LIBRA también ha dejado expuestas contradicciones en la figura presidencial. En primer lugar, su justificación de que apoyó “un supuesto emprendimiento privado” sin conocer sus detalles lo muestra vulnerable en el ámbito económico, un área donde se presenta como experto. En segundo lugar, su vínculo con un activo financiero que podría ser declarado una estafa podría debilitar su imagen como outsider de la corrupción. Finalmente, la revelación de que su equipo coordinó la entrevista con Jonatan Viale expone una relación con los medios que contradice su discurso sobre la “prensa ensobrada”.

EL ROL DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y LA OPOSICIÓN

El desenlace de esta crisis dependerá de varios factores. La forma en que los medios encuadren el escándalo será clave: si se impone la narrativa de que se trató de una simple “difusión entusiasta” de un activo digital, el costo podría ser menor. Por otro lado,



la reacción de las élites políticas y económicas será determinante para medir la magnitud del daño. En un escenario donde la oposición no cuenta con líderes que traccionen suficiente apoyo, la centralidad de Milei podría mantenerse intacta, pero el escándalo ya ha sembrado una primera fisura en su discurso de transparencia y anticorrupción.



1^{er} Hospital de Córdoba y del interior del país acreditado en CALIDAD Y SEGURIDAD del paciente



Acreditamos nuestro compromiso con vos
a través de **Joint Commission International**

punto a punto



**HOSPITAL
PRIVADO**
UNIVERSITARIO DE CORDOBA

CONOCÉ MÁS



(0351) 468-8200 - www.hospitalprivado.com.ar

Acreditación en Sede Córdoba



En el mercado cripto hablan de una “shitcoin” y de una estrategia de “sell of” casi al límite del fraude

Referentes del ecosistema Córdoba BitCoin analizan los distintos tipos de monedas, inversiones y estrategias. Remarcan que con \$Libra podría haber habido una estrategia de “sell of” con un token netamente especulativo y que Milei quedó en el límite delgado del fraude.

Andrés Salamone es uno de los referentes y voceros del ecosistema Córdoba Bitcoin, uno de los espacios que más tempranamente adoptó, promovió y divulgó las novedades en torno a blockchain y las monedas digitales como bitcoin, Ethereum, entre muchas otras. Aquí explica datos y conceptos centrales y da su diagnóstico sobre la polémica que generó el presidente Javier Milei al promocionar \$Libra.

“Antes de hablar sobre memecoins, tokens, criptomonedas, rugpull, entre otros términos del mundo cripto, primero hay que saber definir ¿qué es Blockchain? Blockchain es un registro público de transacciones. Puede ser una libreta de verdulero que



anota diariamente cuantas manzanas, peras o bananas se vendieron con su fecha, hora y precios por ejemplo, pero ese registro seria centralizado a la libreta del verdulero con una única copia, en cambio la blockchain tiene copias distribuidas en todo el mundo y en forma descentralizada. Como en el caso de Solana

en LIBRA. Sabiendo que es blockchain entonces definimos que es una criptomoneda, una criptomoneda es un token de su propia red principal o sea su propia blockchain, como en el caso de Bitcoin que tiene su propia red o blockchain denominada Bitcoin también, estos tokens se denominan criptomonedas. No así otros tokens



que dependen de redes o blockchain de terceros para existir como sucedió con LIBRA que depende de la red de Solana”.

“Hasta aquí hay tokens que se denominan criptomoneda y otros que no. Esto se aclara porque hay medios de noticias que denominan a \$LIBRA como criptomoneda y no es así, es un tipo de token, entre ellos existe: Token de seguridad; que tiene un respaldo financiero tradicional detrás como bonos, acciones, u otros activos. Token de utilidad; que tiene una funcionalidad específica, por ejemplo, la trazabilidad de piezas de autos de una autoparte. Token de equidad; que se usa para votar y conformar organizaciones, el token sirve específicamente para alguna votación dentro de una organización NFT, token no fungibles, o sea son únicos, indivisibles y transferible”.

“Shitcoins/Memecoins: son token ba-

sura que no tienen respaldo alguno, no tiene ninguna utilidad, no tienen una transparencia clara de cuanto hay circulando ni cuanto se imprimen, se crean para bromas, para fundear alguna causa o algo.

En la categoría Memecoin/shitcoin entraría \$Libra hasta aquí no representa fraude por lo menos en el aspecto técnico del token todo el mundo sabe que esos tokens no valen nada y no se espera ningún retorno de inversión como en el caso de token de seguridad, solamente es un token especulativo que todo el mundo sabe que sube o baja o puede desaparecer, es como juntar figuritas del Mundial y cuando pasa la moda no valen nada, todo el mundo sabe que con esas figuritas no puedes volver al kiosco a reclamar tu dinero. Desde este punto de vista no hay estafa o fraude alguno”.

“Para definir si existió fraude o es una

simple estrategia de mercado, hay que diferenciar si fue "sell off" o venta masiva, de "rug pull" tirar de la alfombra. En el caso de fraude como **rug pull** es cuando se le promete a los inversores retorno de ganancia generalmente involucrado a un token se seguridad que están atados a un valor financiero real por detrás y genera confianza por su respaldo a los inversores tener un alto rendimiento de la misma, luego al grupo de desarrolladores y/o fundadores liquidan la mayoría de los tokens dejando a 0 o haciendo desaparecer el token.

En el caso de "sell off" es cuando el token es netamente especulativo y se lo incentiva a comprar barato para luego vender en algún precio alto esto se considera una estrategia de inversión no un fraude, generalmente estos proyectos son de corto plazo y están relacionados a memecoins o shitcoins".

Otra forma es **"pump and dump"**, este tipo de fraude se refiere a una apreciación artificial del activo para luego intencionalmente generar una venta masiva y que el precio caiga, en este caso genera un "Hype" o sea una exageración u observacional de la moneda, causada por anuncios de nuevos proyectos, eventos importantes o noticias positivas relacionadas a la criptomoneda.

Se puede hacer "rug pull" y "pump and dump" en simultaneo, en ambos casos se usan referentes importantes o influencers que sirvan para impulsar la compra de la moneda dando confianza y credibilidad de algún modo. Otro detalle de un fraude es tener poco claro o detallado el proyecto con algún sitio web improvisado y miembros del proyecto de dudosa procedencia. En el caso de \$Libra si bien en su anuncio se presenta como una moneda para incentivar emprendimientos y desarrollos en el país, nunca se aclaró si tenía algún tipo de respaldo o una garantía de la misma, desde ese punto de vista se descarta que es algún tipo de token de seguridad, y se convierte en



una simple shitcoin o memecoin que todo el mundo cripto saben que funcionan con estrategias de mercado tipo "sell off", en donde no solo se especula una subida y una bajada, también es manipulada la emisión y quema de tokens en algunos casos como en el caso de dogecoin, shiba inu o pepecoin.

"Aquí hay que diferenciar si de algún modo el presidente en carácter de promotor de la misma poseía tokens y obtuvieron ganancias de la misma, en ese caso es un fraude de rug pull seguido de pump and dump. Y analizar el plano el político, el uso de la investidura presidencial, ¿hasta que alcance puede o no promocionar una actividad privada?

Al no ser un token de seguridad y no prometer un respaldo financiero o retorno de inversión, creemos que es más una "shitcoin", una moneda que no tiene valor. Bajo ese criterio creo que hubo una acción de "sell off". A Milei lo salvaría una delgada línea porque no dice explícitamente que vayan a invertir. En definitiva, creo que fue un "sell off", pero con elementos que la colocan muy cerca de una estafa. Si se determina que Milei cobró un peso ya es una estafa", apuntó Salamone.

**NO,
NO VÉS
DOBLE**



punto a punto



Conciliamos el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el **compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente.**

ES POR ESO QUE EN RUS PREMIAMOS TUS HÁBITOS SUSTENTABLES.



www.riouruguay.com.ar

Nº de inscripción SSN
0360

Atención al asegurado
0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

ECONOMÍA

Obra pública: advierten que “si la desinversión en infraestructura persiste, la recuperación a nivel federal será limitada”

Horacio Berra, presidente de la Cámara Argentina de la Construcción Delegación Córdoba, plantea las claves para sostener la construcción y proyecta un 2025 con crecimiento a nivel local, a pesar de los desafíos nacionales.

Por Renata Palazzi Santisteban

El sector de la construcción en Argentina atraviesa un momento de fuertes contrastes. Mientras que a nivel nacional la inversión pública se encuentra en un proceso de ajuste, en la provin-



cia de Córdoba la apuesta por la infraestructura genera expectativas positivas. Horacio Berra, presidente de la Cámara Argentina de la Construcción Delegación Córdoba, analiza el presente y futuro del sector.

EL PANORAMA ACTUAL: INCERTIDUMBRE Y OPORTUNIDADES

La construcción privada muestra señales de reactivación, aunque de manera cautelosa. “A nivel nacional y provincial, se observa un leve repunte impulsado por las expectativas de algunos inversores que confían en una posible mejora de los precios en el mediano plazo”, explica Berra. Sin embargo, la incertidumbre económica sigue condicionando la toma de decisiones. En cuanto a la inversión pública, el contraste es evidente. “A nivel nacional, la política actual se carac-



teriza por una clara desinversión en infraestructura. Esto ralentiza el crecimiento del sector y reduce las oportunidades de empleo”, advierte. En cambio, en Córdoba, la situación es distinta. “La provincia mantiene un plan de inversión ambicioso en infraestructura, lo que puede generar un impulso significativo en la actividad”, señala.

PROYECCIONES PARA 2025: ENTRE LA RECUPERACIÓN Y EL AJUSTE

Las perspectivas para el próximo año están atadas a las políticas económicas nacionales. “Si la desinversión en infraestructura persiste, la recuperación a nivel federal será limitada”, advierte Berra. Sin embargo, en Córdoba, la inversión en obras públicas podría generar una reactivación significativa a partir del segundo trimestre de 2025.

FACTORES CLAVE PARA SOSTENER LA ACTIVIDAD

Para evitar una mayor caída del sector, Berra enfatiza la necesidad de garantizar estabilidad económica y seguridad jurídica. “La inversión en infraestructura debe ser considerada una política de Estado. Además, es fundamental ofrecer un marco económico predecible para que los

inversores privados asuman riesgos”, sostiene.

El acceso al crédito hipotecario es otro factor determinante. “Actualmente, las tasas de interés son elevadas, lo que dificulta el financiamiento a largo plazo. Una disminución de la inflación podría generar mejores condiciones para la adquisición de viviendas”, agrega.

EMPLEO Y ESTRATEGIAS DE RECONVERSIÓN

El impacto de la coyuntura económica sobre el empleo en la construcción ha sido significativo. “El sector ha tocado fondo, con variaciones menores en los últimos meses”, indica Berra. No obstante, en Córdoba, el panorama podría mejorar con el impulso de la obra pública.

Ante la reducción de proyectos estatales en otras provincias, las constructoras deben buscar alternativas para sostener su actividad. “Las empresas que logren diversificarse hacia desarrollos privados o ampliar su presencia en este sector tendrán mayores posibilidades de mantenerse a flote”, recomienda.

COSTO DE MATERIALES E IMPACTO DE LA APERTURA DE IMPORTACIONES

El alza en los costos de los materiales, que en años anteriores fue una preocupación central, ha comenzado a estabilizarse. “Los incrementos ya no superan la inflación oficial y han reaparecido opciones de pago financiado por parte de los proveedores”, destaca Berra.

Sobre la apertura de importaciones, advierte que, si bien podría reducir los costos de ciertos insumos, también representa un desafío para la competitividad de la industria local. “No todos los sectores están en condiciones de competir con productos importados, que pueden tener estructuras de costos muy diferentes”, señala.

Si bien el contexto económico presenta desafíos, la inversión en infraestructura en Córdoba podría convertirse en un motor de reactivación para el sector de la construcción. “Las políticas de Estado que garanticen estabilidad y previsibilidad serán clave para atraer inversión y sostener el crecimiento”, concluye Berra.



INDISPENSABLE PARA APRENDER. IMPERDIBLE PARA INVERTIR.



En marzo, **Punto a Punto** publicará una nueva edición de su **DOSSIER** exclusivo sobre **Consultoría, Gestión y New Skills.**

2x1 EDICIÓN DIGITAL
El dossier incluye

- Página de publicidad.
- Contenido: se encarga redacción de ese material y se suma el material audiovisual.

Una vez publicado el dossier, el material tendrá la siguiente difusión:

- Web de Punto a Punto Y Perfil Córdoba
- Audio entrevista como podcast en Spotify
- Extracto de audio de la entrevista para difundir en radio. 90.7
- El video quedará alojado en el canal de Youtube

MATERIAL AUDIOVISUAL
Web + Youtube + RRSS

Este año renovaremos el formato de grabación y lo haremos en nuestra sala de streaming

**PARTICIPAR
ES UNA INVERSIÓN
IMPRESINDIBLE**

EN NUMEROS: los planes de Ualabee en 2025 y el foco en la región

Desde la startup cordobesa dedicada a brindar soluciones de movilidad para las ciudades adelantaron dónde pondrán foco durante este año.



punto a punto

Joaquín Di Mario, CEO & Cofundador de Ualabee adelantó en un reciente posteo cuáles serán los planes, objetivos y prioridades de la startup cordobesa que se consolidó como una de las principales referencias para brindar soluciones de movilidad en la región.

Aquí, algunos de esos planes y los números detrás de las proyecciones y expectativas de Ualabee para este año:

-Consolidar operaciones en 12 ciudades de la región, fortaleciendo presencia en mercados estratégicos y afianzando posi-

ción como líderes en tecnología de movilidad.

-Aspiran a alcanzar los 5 millones de usuarios únicos en la plataforma, conectando más personas con soluciones multimodales que hagan sus desplazamientos más simples y eficientes.

-Ampliar su red a más de 1000 operadores, ofreciendo herramientas tecnológicas avanzadas que digitalicen sus operaciones y optimicen la experiencia de los pasajeros.

-Estas alianzas les permitirían superar los US\$ 2 millo-

nes de facturación, con más del 70% de los ingresos provenientes de acuerdos con operadores de transporte público y privado. “Además, vemos con gran potencial nuestra expansión hacia Colombia, Ecuador y Centroamérica, mercados que consideramos estratégicos para llevar nuestras soluciones y nuestra visión a nuevas audiencias, mientras generamos las relaciones en México de cara a lo

que será nuestra próxima ronda de inversión. Estamos convencidos de que nuestras soluciones podrían convertirse en el motor que impulse ciudades más sostenibles, menos congestionadas y con un menor impacto ambiental. 2025 podría ser un año transformador para Ualabee: con el respaldo de aliados estratégicos y nuestra experiencia en tecnología

de movilidad, seguiremos consolidándonos como referentes en soluciones urbanas, liderando la transformación hacia un transporte más eficiente y sostenible para las ciudades del futuro”, remarcó Di Mario.

punto a punto



La familia: un lazo más fuerte que la economía.



Cumplimos 25 años y queremos celebrarlo con quienes hacen crecer este país trascendiendo el tiempo, las crisis y las incertidumbres. Queremos celebrarlo con vos. Queremos contar tu historia y la de todas las empresas familiares que hacen grande a Córdoba. Para eso creamos una nueva sección en Punto a Punto:
LA EMPRESA EN LOS GENES.

**LA
EMPRESA
EN
LOS GENES**

punto a punto
www.puntoapunto.com.ar

Comunicate con nuestra gerencia comercial anabel@pap.com.ar y dejanos contar tu historia. Merece ser contada.



Cómo es el sedán chino eléctrico que ya se vende en Córdoba por menos de \$ 30 millones



El BAIC EU5 tuvo una considerable reducción en su precio por la eliminación de impuestos a autos importados. Baic Center Córdoba la comercializa. Los detalles.

La concesionaria Baic Center Córdoba comenzó a comercializar lo que puede considerarse un nuevo “caballito de batalla” a la hora de pensar en autos importados eléctricos.

Y es que con la reducción de impuestos ya reglamentada muchas automotrices e importadores deberán corregir a la baja los valores de sus modelos y se configura un nuevo esquema de precios.

Es lo que, por caso, sucede con el BAIC EU5 un sedán eléctrico que con la que la marca china busca posicionarse en ese segmento. La novedad de la reducción de precios es impactante: ese modelo se ven-

día el año pasado en nuestro país con un valor en torno a los \$55 millones de pesos.

Ahora tiene un precio de lista de \$29,800 millones.

“La revolución de los vehículos eléctricos llega adelantando el futuro con el lanzamiento del nuevo BAIC EU5, el primer sedán 100% Eléctrico de la marca, disponible en Argentina. Este modelo combina autonomía, diseño y tecnología, ofreciendo una alternativa sustentable y elegante con tecnología y autonomía sin precedentes”, comunicó la automotriz.

En Córdoba el modelo es comercializado por BAIC Center Córdoba, una de las empresas de Grupo Signature, quien tiene como CEO a Edgardo Fernández Favaron.

“El BAIC EU5 se posiciona como un referente en su categoría gracias a sus altas prestaciones, diseño moderno y elegante con altos niveles de seguridad, prestación y equipamiento”, remarcó Fernández Favaron.

Para el ejecutivo, “el nuevo EU5 utiliza una batería de Litio de última generación, de marca CATL líder mundial en baterías, erogando 120 W y 48,7 kWh de potencia, otorgando así una autonomía de 400 kilómetros aproximadamente.

La carga de energía utiliza una conexión eléctrica es-

tándar hogareña donde se conecta el cargador provisto de fábrica para la unidad.

DISEÑO Y EQUIPAMIENTO

El nuevo BAIC EU5 cuenta con tablero y pantalla digital táctil, techo de cristal corredizo, llantas de aleación de 17”, sistema de cámaras y sensores que facilitan el manejo cotidiano, ya sea urbano o en ruta con Cruise



Control adaptativo, todo pensado para disfrutar de un estilo de conducción moderno y confortable.
El nuevo BAIC EU5 cuenta con espacio interior para cinco pasajeros y n amplio baúl.



Cabe recordar que BAIC es el constructor y comercializador exclusivo de Mercedes Benz en China. Fundada en 1958 la empresa ha forjado asociaciones estratégicas con marcas automotrices internacionales de renombre, como Mercedes Benz, AMC Jeep, Hyundai entre otros y viene evolucionando, convirtiéndose en un referente de la industria automotriz mundial, brindando soluciones de movilidad y de nuevas tecnologías.



Los chinos vienen marchando...

La rebaja de impuestos no solo impactó en el eléctrico EU5 de BAIC. También hay varios modelos de la marca china que queda con precios más competitivos.

Cabe recordar que la rebaja se concretó por la eliminación de la primera escala del impuesto al lujo y la reducción de la segunda, llevándola del 35% al 18%.

En el caso de BAIC los modelos impactados en baja de precios por reducción de impuestos son

- **BAIC U5 PLUS 1.5** L(Nafta)6 CVT este nuevo sedan tiene un valor de U\$S 25.900.-

- **BAIC X35 Luxury 1.5** Turbo. bajó a U\$S 27.400.-



- **BAIC X55II** el SUV más vendido de la marca quedó en U\$S 39.700.-

Así mismo para el SUV recientemente presentado **BAIC X55II PLUS EXECUTIVE** que tenía un valor de U\$S 45.500. a partir de febrero saldrá U\$S 43.900.-

En caso del Todoterreno de condición militar **BAIC BJ40** cuyo valor era de U\$S 71.200.-el nuevo precio será de U\$S 63.800.-Versión BJ40 2 P U\$S 61.800.-

Misma situación para el nuevo Todoterreno de Super Lujo con 7 plazas de la marca **BAIC BJ60 Hibryd** cuyo precio era U\$S 91.200 bajará a U\$S 78.600.- y el próximo modelo BAIC BJ30 Hibryd anunciado en U\$S45.500, saldrá U\$S 41.900.-



Cosquín Rock 2025, un impacto económico que equivale a grandes hitos de la economía argentina

El Cosquín Rock 2025 no solo reafirma su lugar como uno de los eventos culturales más importantes de Argentina, sino que también deja una huella económica impresionante.

Según el informe preliminar del Instituto Cultura Contemporánea y el Instituto de Economía Política (Insight21), Universidad Siglo 21, **el festival generó un impacto económico total de \$49.936 millones de pesos, con un impacto fiscal de \$6.992 millones.**



Para poner estos números en perspectiva, los comparamos con otros indicadores relevantes de la economía nacional.

COSQUÍN ROCK VS. LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

El impacto económico del festival es equivalente a aproximadamente el **45% de la inversión anunciada por Stellantis en 2024** para la producción de nuevos modelos en su planta de Córdoba, que **ascendió a unos \$ 110.000 millones**. Esto significa que un solo evento musical logra movilizar casi la mitad de los recursos que requiere una de las principales industrias del país para su expansión.



COSQUÍN ROCK VS. EL TURISMO EN MAR DEL PLATA

El informe también destaca que **el 62% de los asistentes** aprovecharon su visita al festival para realizar actividades turísticas en Córdoba. En total, se registraron **37.742 noches de alojamiento** con un promedio de 3.3 noches por persona. En comparación, el turismo en Mar del Plata durante la primera quincena de enero de 2024 registró alrededor de 700.000 visitantes y generó un impacto estimado de \$120.000 millones en el verano completo. Si bien la magnitud de Mar del Plata es mayor, un solo fin de semana en Cosquín moviliza un volumen de recursos significativo en proporción a una de las principales plazas turísticas del país.

COSQUÍN ROCK VS. EL SALARIO PROMEDIO

El **gasto promedio por asistente** en Cosquín Rock 2025 se ubicó en **\$ 598.987** para los visitantes de otras provincias, lo que equivale a casi dos salarios mínimos actuales en Argentina (\$286.711). Este dato resalta el perfil de los asistentes, que en muchos casos destinan una inversión importante en su experiencia en el festival.

COSQUÍN ROCK VS.

Para dimensionar el público del festival, los **110.000 asistentes registrados equivalen a llenar un estadio y medio del Monumental de River Plate**, que tiene una capacidad de 84.000 personas. Además, si se considera que los asistentes que llegaron en avión llenarían 35 Boeing 737, el festival también se convierte en un motor de movilidad a nivel nacional.

Con un **54% del público llegando desde fuera de Córdoba**, el festival reafirma su carácter **federal y turístico**, impactando no solo en la música sino también en la economía y el turismo local, comparable con **la cantidad de turistas internacionales que recibe Mendoza durante su Fiesta Nacional de la Vendimia**.



El Cosquín Rock 2025 demuestra que los eventos culturales pueden ser verdaderos dinamizadores de la economía. Su impacto no solo se traduce en recaudación fiscal y empleo temporal, sino que también fortalece el turismo, impulsa el consumo y posiciona a Córdoba como un epicentro de grandes acontecimientos.

NEGOCIOS

Manfrey se apoya en paneles solares para dar energía a sus tambos robotizados

Con el apoyo de la firma Max Energía, la cooperativa láctea invirtió para instalar paneles solares que generan 85.000 kWh de energía solar fotovoltaica.

La cooperativa láctea **Manfrey** concretó una inversión de US\$50.000 para instalar un sistema fotovoltaico ongrid (conectado a red) compuesto por 92 paneles solares de 575Wp. **Max Energía**, empresa especializada en energía solar, fue la encargada de relevar, diseñar e instalar el sistema solar que le permite a la cooperativa generar electricidad, ahorrar al dejar de comprar electricidad a la distribuidora y colaborar con el medioambiente.

Así, la cooperativa podrá abastecer de energía el funcionamiento del primeros de sus 4 tambos robotizados.

“Desde hace unos años impulsamos un plan de inversión muy fuerte para el cuidado del medioambiente con múltiples acciones, tales como: tratamiento de efluentes, parquización del predio con casi 800 árboles



nuevos, diseño integral para que las vacas se encuentren en óptimas condiciones, recuperación de estiércol, entre otras. De allí que nos contactamos con Max Energía para que nos hiciera un estudio que nos permitiera conocer la inversión, el ahorro y la generación solar”, comentó Ercole Felippa, presidente de Manfrey.

El sistema fotovoltaico ongrid permite generar y autoconsumir la electricidad que generan los paneles solares. Si hubiera excedentes entre el consumo y la generación, se inyectan (se vende) a la distribuidora local los kWh que sobren. “Luego de realizar un estudio a medida para el tambo, convinimos en instalar 92 paneles solares Trina (marca Tier 1) de 575Wp y un inversor Huawei trifásico de 50kW. Este sistema le permite a Manfrey generar aproximadamente 85.000 kWh al año”, explica Darío Calderón, socio gerente de Max Energía, quien a su vez es consultor internacional. “Argentina tiene una matriz energética muy rica. Generar el kWh aquí cuesta la mitad que en otros países. Es algo que debemos valorar y desarrollar para continuar posicionándonos en la región”, agrega Calderón quien acaba de finalizar para la CEPAL (ONU) un estudio de prospectiva del mercado eléctrico centroamericano hasta el 2050.



ROBOTIZACIÓN DEL TAMBO PARA CONFORT ANIMAL

El tambo, diseñado para alojar 1.200 vacas distribuidas en cuatro galpones, recrea condiciones óptimas de confort para los animales. Cada módulo está equipado con robots de ordeñe que permiten operaciones más eficientes y reducen el estrés del ganado, marcando un avance clave para la industria láctea en Argentina. El objetivo es optimizar la producción y mejorar el bienestar animal, buscando consolidar a Manfrey como un referente en innovación dentro del sector lácteo. De los cuatro mó-

dulos proyectados, uno ya está en pleno funcionamiento: alberga 280 vacas que producen más de 30 litros por día. Este tambo ha sido el piloto para la incorporación de energía renovable.



“En 2023, desde Manfrey, cumplimos 80 años de vida. Dentro de las múltiples acciones que se llevaron a cabo para celebrarlo, plantamos 80 algarrobos. La combinación de tecnología avanzada y energías renovables posi-

ciona a Manfrey como un referente en innovación dentro del sector lácteo”, suma Felippa.

“Con el sistema fotovoltaico que hemos instalado, la cooperativa ha logrado reducir significativamente su dependencia de fuentes de energía tradicionales. Este sistema contribuye a disminuir su huella de carbono y refuerza un modelo de producción más ecológico. Nos enorgullece aportar una solución que no solo optimiza el consumo energético, sino que también apoya un modelo sustentable para el futuro del sector agroindustrial”, concluye Adela Lo Celso, socia de Max Energía.

Las energías renovables se suman también a este conjunto de acciones que le permiten a Manfrey consolidarse como líder en la modernización agroindustrial y en la promoción de prácticas sustentables, mostrando el camino hacia una industria más eficiente y responsable con el medioambiente.

NEGOCIOS

Cómo es el nuevo Dossier de Consultoría, Gestión & New Skills (y cómo sumarse)

Se viene un primer dossier con las novedades, tendencias y empresas clave de la consultoría, la capacitación y los recursos humanos.

punto a punto

Punto a Punto comienza con el calendario 2025 de Dossiers Sectoriales, ediciones de consulta permanente con todo lo que hay que saber sobre los sectores que motorizan los negocios y la economía de la Provincia.

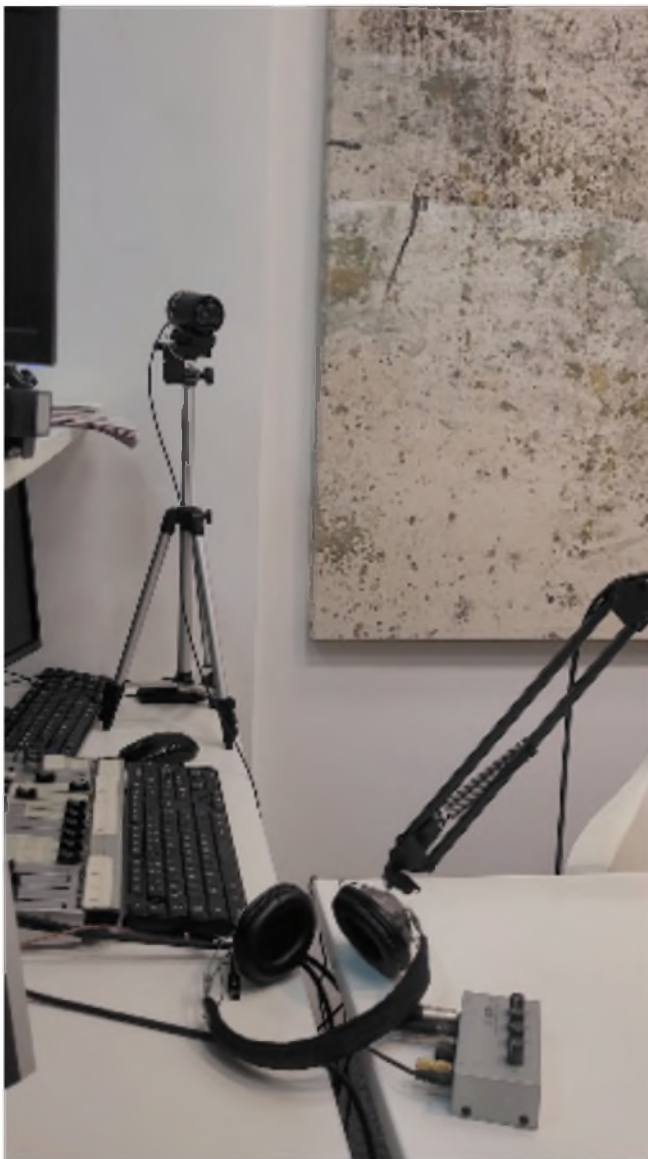
El puntapié inicial será el dossier relacionado con la Consultoría, Gestión & New Skills, en un formato totalmente digital, con entrevistas (formato streaming) con los principales referentes del sector, para conocer hacia dónde va este asesoramiento empresarial.

Cuáles son las nuevas tendencias, productos y servicios que ofrecen las consultoras. Qué es lo que realmente demanda el sector corporativo. Qué tipo

de acompañamiento es el ideal para empresas que buscan consolidarse, crecer y ampliar sus horizontes de negocios.

La presencia de un “nuevo jugador de peso”: la Inteligencia Artificial como elemento distintivo. ¿Cuál es su aporte? ¿Se puede depender totalmente de ella? ¿Todas las compañías van a poder utilizarla? Cómo aplicarla de la manera más “inteligente” y eficaz en los modelos de negocios. ¿Su aporte es decisivo para el éxito en la gestión empresarial? Estos son algunos de los interrogantes que el “mundo de la consultoría”, se empieza a formular y a tratar de dilucidar.

En tanto, que necesitan los hombres y mujeres del sector



corporativo en la realidad empresarial de hoy. La oferta de las instituciones educativas a nivel de posgrado. En un mundo que cada vez necesita un mayor nivel de especialización y conocimiento, cuáles son las “nuevas habilidades” imprescindibles para ser competitivos y poder “entender” hacia dónde va el liderazgo de las compañías.

En una economía tan compleja, donde la estrategia es clave para surfear con éxito todos los imprevistos que a diario se presentan, **Punto a Punto** ofrece este primer dossier anual, escuchando a “los que saben”. Los invitamos a sumarse.

Publica en Marzo 2025.
Contacto para más información: anabel@pap.com.ar

BIEN CORDOBÉS

Jean Maggi, la vida sin límites de un cordobés que transformó su discapacidad en inspiración

Superviviente de la poliomielitis, este cordobés encontró en el deporte y la aceptación personal las claves para transformar su vida. Hoy dirige una fundación y una fábrica de bicicletas adaptadas, donde el 100% de los trabajadores tiene discapacidad.

Jean Maggi no compite contra otros. Su mayor desafío siempre ha sido consigo mismo. Superviviente de la poliomielitis, una enfermedad que le dejó secuelas en



su movilidad, el cordobés ha demostrado que las barreras pueden

romperse. Cruzó la Cordillera de los Andes, corrió maratones inter-

nacionales en una bicicleta adaptada y alcanzó el punto más alto accesible en vehículo en el Himalaya. Hoy, dirige una fundación que lleva su nombre y una fábrica

de bicicletas adaptadas, donde el 100% de los empleados tiene discapacidad. Pero su historia va más allá de sus logros deportivos. En diálogo con

Bien Cordobés, Maggi compartió los momentos de quiebre que lo llevaron a reinventarse.

“EL INFARTO FUE LO MEJOR QUE ME PASÓ”

La discapacidad fue una constante en su vida, pero no siempre la aceptó. En su juventud, intentó encajar en un mundo que no contemplaba sus limitaciones, acumulando frustraciones. “Me creí el ‘pobrecito’ durante 37 años y eso me llevó a derrapar”, admite.

El punto de inflexión llegó con un infarto a los 37 años. “Fue lo mejor que me pasó, porque me reinventó”, confiesa. Ese episodio lo obligó a replantear su existencia, a mirar su cuerpo con otros ojos y a entender que debía cuidar de sí mismo.



EL DEPORTE COMO HERRAMIENTA DE TRANSFORMACIÓN

El deporte se convirtió en su vehículo de sanación y autodescubrimiento. “Descubrí que mi cuerpo tenía utilidad”, explica. Hasta ese momento, nunca lo había percibido así.

Pero el desafío más extremo llegó en el Himalaya. “Fue una experiencia única e irrepetible”, recuerda. Se había preparado meticulosamente, incluso entrenan-



do de noche para adaptarse a las condiciones de la expedición. Sin embargo, la realidad lo golpeó con miedos inesperados: la altura, el aislamiento, la falta de comunicación con su familia. A pesar de todo, logró su objetivo.

ROMPER EL MOLDE

Maggi no solo desafió sus propios límites, sino también los prejuicios que la sociedad impone sobre la discapacidad. “La discapacidad es una bomba que cae en una familia. Cada uno hace lo que puede”, reflexiona sobre su infancia, marcada por cirugías y una lucha interna por encajar.

Hoy, su misión es inspirar a otros. Su fábrica de bicicletas adaptadas no solo otorga movilidad a quienes la necesitan, sino que genera empleo y dignidad. “Cuando decidí replicar mi historia en otros, entendí que el movimiento es clave”, enfatiza.

Su historia es un testimonio de resiliencia, autoaceptación y propósito. “La vida no se trata solo de contar lo bonito, sino también las dificultades”, sostiene. A través de su testimonio, demuestra que los límites son, muchas veces, una construcción mental. Y que, con determinación, se pueden superar.

El futuro de la Agencia Córdoba Deportes: Llaryora tiene la pelota

Mientras el gobernador anunció una reducción de la cantidad de entes de gestión público-privada que integran el organigrama provincial, dos legisladores de la oposición propusieron la liquidación de esas dependencias.

Por Hugo Caric

“He decidido reducir en un 30% las agencias provinciales”. El gobernador Martín Llaryora tiró el achique en la apertura de sesiones legislativas del pasado 1º de febrero, en la ciudad de Deán Funes. La jugada dejó en evidencia un cambio de estrategia en medio del partido. “No sólo las vamos a dejar, sino que las vamos a fortalecer”, había dicho el mandatario, en sus primeros meses de

gestión, sobre los 10 organismos que replican el modelo de integración público-privado, señaladas por opositores como ‘focos de despilfarro y de corrupción’ durante la última campaña electoral.

Llaryora no dio demasiadas precisiones sobre cuáles serán las tres dependencias que quedarán fuera de juego, y en la Agencia Córdoba Deportes tampoco tiene muy claro



el futuro. “Todo es un misterio. Aquí hay que rescatar información de donde puedas y como puedas”, señalan en el Estadio Kempes, donde tiene su sede la sociedad de economía mixta que dio a luz el 15 de julio de 1999, promulgada por la Ley N° 8.779.

Puertas adentro del organismo, califican como ‘La gestión del silencio’ al actual mandato del extenista Agustín Calleri, quien en simultáneo ejerce como presidente de la Agencia y titular de la Asociación Argentina de Tenis (AAT). También dan cuenta del creciente protagonismo del abogado Luis Calvimonte, primer vocal de la ACD y al mismo tiempo secretario deportivo de la actual comisión directiva del Club Atlético Talleres.

Calvimonte es un hombre cercano a Diógenes de Urquiza Anchorena, el ingeniero agrónomo y empresario que se desempeña como subsecretario de Deportes de la Nación, a quien supo acompañar durante su gestión en el Enard (Ente Nacional de Alto Rendimiento) durante el gobierno macrista. El aristocrático funcionario de Javier Milei revista actualmente bajo las órdenes de Daniel Scioli, el secretario de Turismo, Ambiente y Deportes.



“Cada una de ellas fue excelentemente creada, pero para no reducir servicios ni programas, tenemos que achicar claramente el gasto burocrático”, afirmó Llarroya sobre las agencias del cordobesismo. “Nunca



pensé que el gobierno nacional se iba a desentender tanto de muchas de sus obligaciones”, se quejó en su discurso ante los miembros de la Unicameral.

Si decide copiar el modelo libertario, que fusiona diversas áreas en una sola estructura administrativa, el gobernador tendría que optar entre Calleri y el influente Darío Capitani, máxima autoridad de la Agencia Córdoba Turismo. El riocuartense ya acredita experiencia en el manejo de ambas áreas, como integrante del anterior gabinete de la ciudad del sur cordobés. Esta posibilidad tiene sustento en el declamado propósito de Llaryora de convertir a la provincia en ‘un polo de eventos’ -con un remodelado Estadio Kempes como ‘punta de lanza’- para atraer visitantes e impulsar la economía local.

“HAY QUE SER AUSTEROS”

Mientras se esperan precisiones desde El Panal, en la Legislatura fue presentado la semana pasada un proyecto de ley que propone la liquidación de las 10 agencias que forman parte del organigrama del gobierno provincial. La iniciativa corresponde a los parla-


mentarios Dante Rossi y Sebastián Peralta, del Bloque Construyendo Córdoba.

“Las agencias tiene tres inconvenientes. En primer lugar, la decisión del Poder Ejecutivo Nacional, a través del decreto 70/2023, de que no haya más sociedades del Estado. En segundo término, el poco control que existe sobre ellas, ya que la aprobación del Tribunal de Cuentas se hace siempre posterior al gasto y no antes. Y finalmente, en un momento tan difícil, con un ajuste tan severo del gobierno nacional, 14 ministerios y 10 agencias conforman un organigrama excesivo”, le dijo Rossi a **PERFIL CÓRDOBA**.

“No creo en el modelo de agencias y considero que la creación de estos organismos genera un gasto tremendo en directores, síndicos y funcionarios, y también en publicidad. El Presidente Milei no envía los fondos para cubrir el déficit de la Caja de Jubilaciones, ni los asignados para el FONID, ni los referidos al transporte interurbano y los comedores, y además paralizó la obra pública; y en este contexto la provincia no puede subsistir sin hacer un recorte de sus erogaciones”, señaló el legislador.

ESPACIO

OCIO



Carla Pandolfi, entre el éxito de Envidiosa y nuevos lanzamientos a la vista

Mientras celebra el estreno de *Espartanos* en Disney+ y aguarda la salida de *En el barro* que desembarcará en Netflix, la cordobesa disfruta la repercusión de su más reciente interpretación, Marina Iñazu.

Por [Clara Angeletti](#)

A comienzos de febrero, Netflix estrenó la segunda temporada de *Envidiosa*. Se trata de una comedia romántica producida por Adrián Suar y encabezada por Griselda Siciliani, que da vida a Victoria Mori y cuya antagonista es Marina Iñazu (Carla Pandolfi), quien estaba casada con Nicolás (Benjamín Vicuña), jefe y ex amante de 'Vicky'.

En la nueva entrega de la tira, el personaje al que da vida la cordobesa, oriunda de Leones, cobra mayor relevancia cuando se divorcia de su pareja y asume el mando en la empresa que tenían en común. Además, con-

trata para el nuevo proyecto a la protagonista. Así, la figura que en la primera parte se presentó como la villana de la historia transforma su papel en la trama y, a lo largo de los episodios, conquista a la audiencia a través del humor.

“Era un personaje bastante controversial y nunca me planteé hacer una Marina malvada. Había una hipótesis de su existencia, creo que el espectador construyó un imaginario y cuando apareció rompió un poco lo que tenían en mente”, revela la actriz.

Y agrega: *“La idea fue encontrarle una particularidad y no ir hacia lo obvio o estereotipado”. Además, valora la trascendencia que tuvo la interpretación. “Esas cosas siempre se agradecen*

porque cuando uno compone, aunque cuenta con el apoyo de un equipo, después queda en un lugar medio desértico -explica-. Es la gente la que da la aceptación o no”.

A su vez, remarca que *“la serie en sí tiene un montón de condi-*

mentos para que sea el boom que es, partiendo de un elenco espectacular”. Por otra parte, confiesa que aunque las circunstancias de Marina son muy ajenas a las de su vida, se asemeja en algunos aspectos.

“Me siento identificada con su



parte verborrágica, y media desfachatada, pero es muy poca la gente que me conoce así, mi círculo más íntimo de Córdoba. Después hay otra parte mía, más profesional y aplicada”, sostiene Pandolfi.

COMO UN JUEGO

Más allá del impacto de este último trabajo en el público, para Pandolfi “todos los papeles dejan una huella”. “Soy bastante permeable, trabajo mucho con las emociones y tratando que cada



historia me pase por el cuerpo”, narra sobre su labor.

Igualmente, también reflexiona: “De todas formas, en lo personal, me marcó mucho hacer de Natalia Díaz en *Un gallo para Esculapio*, porque me permitió mostrar un poco más mi actriz, lo que sé hacer”.

Asimismo, comenta sobre su presente y anhelos: “Me encanta jugar y la versatilidad de hacer todo tipo de roles. Estoy contenta que me piensen para papeles que tienen una impronta un poco dañina aunque, a veces, me gustaría que me llegue algo más cercano a mi personalidad, algo que aún no sucedió”.

Seguir leyendo



“En lo audiovisual hay un fuerte condicionamiento por el physique du rôle (tipo de físico que mejor se adecúa para una actuación) -detalla- pero me interesa, dentro de lo que la imagen permite, componer algo distinto”.

OTROS HORIZONTES

Aunque la vocación de Carla comenzó a manifestarse en la infancia, con su participación en actos escolares y la asistencia a múltiples talleres, hasta llegar a la formación académica en actuación, hoy proyecta desenvolverse en otras instancias. La escritura y dirección son algunos ejemplos.

“Desde muy chica sabía que quería estar donde estoy y después de más de 20 años en Buenos Aires, me sigue pasando que me asombro de cosas que me van ocurriendo. Hace poco trabajé con Juana Molina y le tuve que confesar mi amor porque no aguantaba. Fue espectacular hacer es-

X

cenas con ella (para En el barro)”, aprecia la actriz.

En la misma línea, añade: “Me gusta estar con los más jóvenes, que están empezando y colaborarles en la inteligencia emocional que uno desarrolla con el estudio de los personajes y las circunstancias que lo rodean”.

Al respecto, cuenta también los efectos de su profesión en la cotidianidad con su familia: “Esa gimnasia la pongo en práctica con mis hijos también para que entiendan las decisiones que van tomando”.

Finalmente, concluye proyectando su 2025 y dice: “Sabemos que la industria audiovisual y todo lo que es el sector cultural no está pasando por el mejor momento. En principio, me siento muy agradecida de poder tener las posibilidades que tengo. Estoy muy motivada con los estrenos y el cariño de la gente”.

punto a punto

