

punto a punto

TU PRÓXIMA APUESTA

El ecosistema startup busca volver a ser protagonista en 2025. Qué están viendo los inversores y las aceleradoras.

Qué pasa con el apoyo local, el fondeo internacional y cuáles son los sectores y proyectos más atractivos para invertir.



¿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

Financiamiento para startups: “los fondos de inversión son cada vez más exigentes y buscan mayor profesionalización”



El análisis es de Gonzalo Valenci, director general de la Agencia Córdoba Innovar y Emprender. Con foco en el impulso a startups, la vinculación empresarial y la descentralización, la Agencia prepara programas de financiamiento y apoyo que busca posicionar a la provincia como un polo de innovación a nivel nacional e internacional.

Por Renata Palazzi Santisteban

La Agencia Córdoba Innovar y Emprender se prepara para encarar el 2025 con una estrategia centrada en fortalecer el ecosistema emprendedor e innovador de la provincia. Con foco en el desarrollo de startups, la vinculación empresarial y la especialización sectorial, la entidad busca consolidar a Córdoba como un polo de referencia a nivel nacional e internacional.

“Nuestro objetivo es contribuir al fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación de la provincia”, afirmó Gonzalo Valenci, director general de la agencia. Entre los pilares de la estrategia destacan:

- **Impulso a emprendimientos dinámicos:** apoyo a startups con alto potencial de crecimiento, generación de empleo y atractivo para fondos de inversión.



- **Innovación abierta:** fortalecimiento de la vinculación entre empresas, startups, universidades y centros de investigación para favorecer la transferencia tecnológica.
- **Descentralización y especialización sectorial:** promoción de sectores emergentes como agrotecnología, biotecnología, salud y cambio climático, con un fuerte impulso al interior de la provincia, especialmente en Río Cuarto.

TENDENCIAS Y DESAFÍOS DEL ECOSISTEMA

Según el análisis de la agencia, el ecosistema emprendedor atraviesa cambios significativos. Si bien el capital de riesgo ha crecido, la cantidad de emprendimientos financiados ha disminuido, con rondas de inversión más grandes, pero menos frecuentes. “Los fondos de inversión son cada vez más exi-

gentes y requieren mayor tracción por parte de los emprendimientos”, indicó Valenci.

En ese sentido, el 56% de las inversiones en startups proviene de fondos internacionales, lo que refuerza la necesidad de que las empresas locales nazcan con una mentalidad global. “El inversor está mucho más profesionalizado y la vara del ecosistema en Córdoba ha subido”, agregó el director de la agencia.

Entre los principales desafíos identificados está la disminución del flujo de nuevos emprendimientos, lo que ha llevado a la agencia a reforzar el trabajo con universidades y a fomentar la creación de spinoffs. Además, se enfatiza

la necesidad de que las startups comprendan a fondo sus modelos de negocio y el mercado al que apuntan para lograr escalabilidad.

PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO Y APOYO

Para fomentar la innovación y el crecimiento de los emprendimientos, la agencia continuará ofreciendo distintos programas de apoyo financiero:

- **Cofinanciamiento** para emprendimientos en etapa de ideación.
- **Vouchers de innovación**, que ofrecen hasta 8 millones de pesos no reembolsables para el desarrollo de productos innovadores dentro de empresas.
- **Financiamiento semilla**, con inversiones en 71 emprendimientos

en el último año por un total de 25.000 dólares, con el objetivo de aumentar ese monto en 2025.

- **Inversión público-privada**, con un esquema donde cada dólar invertido por la agencia debe ser igualado por el sector privado, que actualmente está aportando 2.5 veces más que el sector público.

UN CAMBIO EN LA ESTRUCTURA LEGAL

Uno de los cambios clave en la estructura de la agencia es su reconversión a una sociedad anónima, lo que podría generar nuevas oportunidades de financiamiento para los emprendedores. “Estamos en pleno proceso de aprobación de esta figura, lo que permitirá mejorar el acceso a fondos y favo-

recer el financiamiento”, adelantó Valenci.

Con esta estrategia, la Agencia Córdoba Innovar y Emprender busca posicionar a la provincia como un referente en innovación y emprendimiento, atrayendo inversiones y generando oportunidades para los emprendedores locales.



EVOLUCIÓN DEL CAPITAL EMPRENDEDOR EN CÓRDOBA

El Estudio de Capital Emprendedor 2012-2024 muestra que, en los últimos 12 años, 141 startups consiguieron financiamiento a través de 247 rondas de inversión. Si bien en 2023 hubo una leve reducción en la cantidad de rondas, el monto total creció significativamente gracias a dos grandes transacciones.

- **El 60% de las startups accedieron a financiamiento en una sola ronda, mientras que el 40% lo hizo en múltiples instancias.**
- **El promedio anual de financiamiento pasó de 2,8 millones de dólares entre 2012 y 2017 a 15,2 millones entre 2018 y 2024.**

Sectores más atractivos para la inversión

- **Agrotecnología:** Lidera con el 32% de la captación de fondos en 2024.
- **Healthtech:** Representa el 23% de las inversiones.
- **Bioteconología:** Acapara el 18% del financiamiento.

Además, el 63% de las inversiones en 2024 se destinaron a startups con modelos de negocio B2B. También se observa un crecimiento del ecosistema en el interior de la provincia, especialmente en el sector Agtech, que representa el 58% de los proyectos fuera de Córdoba Capital.

Por último, si bien la presencia de mujeres en equipos fundadores sigue siendo un desafío, ha crecido del 11,5% en 2012 al 31% en los últimos años.



Estas son las startups cordobesas que buscan transformar sectores claves de la economía

La Agencia Córdoba Innovar y Emprender continúa con su plan para fortalecer el ecosistema de startups en la provincia, sumando nuevos emprendimientos a través de sus programas Triple F y Semilla.

Con financiamiento público-privado, se destinaron más de \$150 millones para impulsar proyectos en sectores clave como tecnología, salud, sostenibilidad y agroindustria.



Con el respaldo de estos programas, las inversiones públicas igualaron el financiamiento privado de actores como inversores ángeles, aceleradoras y fondos de inversión.

El Programa Triple F, enfocado en proyectos en fase pre-semilla, otorgó hasta 5 millones de pesos por emprendimiento. Por su parte, el Programa Semilla, dirigido a

startups en etapas iniciales, brindó apoyo con montos de hasta 25 millones de pesos.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA PARA TRANSFORMAR SECTORES

- **Agilpay:** plataforma fintech que optimiza la gestión de cobros masivos y recurrentes, con acreditación inmediata y conciliación automática.
- **Aquared:** redes modulares fabricadas con plástico reciclado para mejorar el acceso al agua potable en barrios populares, adaptándose a terrenos complejos.
- **Ciudad + Limpia:** solución tecnológica para optimizar la recolección de residuos municipales mediante ruteo inteligente, geolocalización y análisis de datos.
- **Comparacreditos:** centraliza información sobre créditos hipote-



carios para facilitar la toma de decisiones financieras y generar leads para entidades financieras.

- **E-recycle:** gestión de residuos electrónicos con tecnologías como IoT y blockchain, promoviendo la economía circular.
- **RiderBoost:** kit de conversión para transformar bicicletas convencionales en eléctricas, beneficiando a repartidores.
- **Sembrala:** conecta a productores agropecuarios con herramientas financieras y operativas para gestión de pagos, créditos e inversiones.

SALUD Y TECNOLOGÍA: SOLUCIONES DISRUPTIVAS

- **Embryoxite:** test no invasivo basado en inteligencia artificial para mejorar los tratamientos de fertilización in vitro y aumentar sus tasas de éxito.



- **Mothus:** plataforma robótica impulsada por inteligencia artificial para la rehabilitación motora de pacientes con ACV y parálisis cerebral.

- **PILL.AR:** tecnología 3D para fabricar pastillas personalizadas que combinan medicamentos y nutracéuticos según las necesidades del paciente.

- **Insights:** plataforma inteligente de gestión agroindustrial con trazabilidad y análisis en tiempo real, desde la genética hasta el rendi-



miento de la carne.

- **Gameet:** dispositivos innovadores para tratamientos de fertilidad que replican procesos naturales del cuerpo femenino, reduciendo la manipulación de embriones.

1er 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**



CONOCÉ MÁS



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

Para agendar: se viene el Kamay Code Córdoba, el epicentro de innovación y oportunidades de negocios en Latinoamérica

El evento líder en innovación y desarrollo de negocios a nivel regional llega por primera vez a Córdoba para conectar a emprendedores y corporaciones con el ecosistema de innovación. Todos los detalles.

[Kamay Ventures](#), el fondo de inversión regional, lanza una nueva edición de su evento [Kamay Code](#). La experiencia – que vuelve por segundo año a Argentina y ya pasó por Brasil, México y Colombia – se realizará por primera vez en Córdoba, el 9 de abril, en el Centro



de Convenciones del Complejo Ferial Córdoba. La entrada es libre y gratuita, pero los cupos son limitados, los interesados en asistir deberán inscribirse [aquí](#).

“Kamay Code se ha consolidado como un espacio donde nacen las grandes ideas y alianzas estratégicas que redefinen el futuro de los negocios en Latinoamérica”, explica **Gabriela Ruggeri**, Managing Partner de Kamay Ventures. “Elegimos Córdoba para destacar el talento y la innovación que emergen desde el interior de Argentina hacia el mundo”, agrega la directiva.

PARA EJECUTIVOS Y EMPRENDEDORES

Kamay Code no es solo un evento, es una experiencia transformadora. Diseñado exclusivamente para conectar a emprendedores visionarios con ejecutivos de alto nivel, se ofrece un espacio único para explorar nuevas oportunidades de negocio, generar alianzas estratégicas, y descubrir las tendencias tecnológicas que están marcando el futuro de la industria.

En esta edición, se destacan tres verticales clave con un potencial de crecimiento exponencial: Inteligencia Artificial aplicada a Agrifoodtech, Logística y a puntos de venta. De acuerdo con un informe de Markets and



Markets, el mercado de IA en el sector agro crecerá de **1.7 mil millones de dólares en 2023 a 4.7 mil millones de dólares en 2028**, lo que subraya la oportunidad de negocio que representa esta tecnología. En el sector de logística, un estudio de NTT Data y el MIT revela que el uso de IA en la región ha aumentado del **55% al 70%** en los últimos años, consolidándose como una herramienta clave para optimizar cadenas de suministro y potenciar la competitividad empresarial.

NETWORKING, CAPACITACIÓN Y PRUEBAS DE CONCEPTO

Kamay Code reúne a referentes locales e internacionales en un ambiente de networking y capacitación de alto nivel, con workshops, roundtables, fireside chats y sesiones de pitch para startups que buscan validar sus ideas y escalar sus negocios a través de Pruebas de Concepto (PoCs) junto a los socios corporativos de Kamay Ventures.

Este año se han inscrito 150 startups para la sesión de pitch, donde competirán por la oportunidad de desarrollar una PoC y acelerar su crecimiento con el respaldo de líderes de la industria. Además, por primera vez, se incorporarán mentorías 1 a 1, reuniones exclusivas de 15 minutos con expertos corporativos que brindarán asesoramiento estratégico a los emprendedores para optimizar procesos y escalar sus negocios.

“Queremos invitar a participar a emprendedores del ecosistema, inversores, corporativos universidades e instituciones de Argentina, Brasil, Colombia, México, y otras geografías. Creemos que de estos intercambios nacen las mejores ideas para seguir impulsando a todos los actores de la región”, enfatiza Antonio Peña, Managing Partner de Kamay Ventures.



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 IMPRESCINDIBLE

Comuniqúese con nuestra
área comercial anabel@pap.com.ar

DOSSIER
punto a punto

NEGOCIOS

Los emprendedores cordobeses que fabrican simuladores de F1 ya vendieron 500 monoplazas y buscan exportar

La pyme cordobesa CMF tiene más de 40 diseños de habitáculos y buscan llegar a nuevos mercados. Cuáles son las réplicas más vendidas y los precios.

Por José Busaniche / @josebusaniche

A menos de un mes de que comience el calendario de carreras de la F1 vuelve a tomar calor la expectativa en torno a uno de los deportes que más adeptos sumó en los últimos meses por la presencia de Franco Colapinto.

El argentino que será piloto de reserva en la escudería francesa Alpine (ex Renault) esperará tener chances de subirse como segundo piloto, algo que dependerá de la performance del australiano Jack Doohan.



Lo cierto es que con Colapinto en posición expectante todo el universo de la F1 tiene otro sabor para los argentinos. Y todo lo que lo rodea se presenta atractivo y puede generar oportunidades de negocios. Es lo que están experimentando en la pyme cordobesa CMF que se dedica a la producción y comercialización de habitáculos de los monoplazas de F1 y que desde la aparición del piloto argentino están viviendo un auténtico boom en demanda y proyectos.

La historia de CMF comenzó a gestarse hacia el 2019, tuvo un momento bisagra en 2020 cuando lograron las primeras ventas, pero desde 2023 y fundamentalmente en 2024 escalaron en producción y venta.

LOS COMIENZOS

“En el 2019 arrancamos con lo que fue el proyecto, probar, hacer pro-



totipos, ver materiales. Mi tío es herrero, se da maña con estas cosas. Yo tenía ganas de tener un simulador, trabajaba en una autopartista y estudiaba ingeniería mecánica. Tenía plata para comprarme el volante y algunos accesorios y él me dijo que veamos algunos ejemplos en el país. Nada de lo que había en el país me gustaba y quería algo más estético. Mi tío Carlos propuso algo distinto, algo que no existía acá. Y lo pensamos incluso con la posibilidad de tener un negocio”, cuenta Matías Fassi, sobre el inicio del proyecto.

La posibilidad de montar un negocio a partir de un deseo personal fue tan grande que, al día de hoy, Matías no tiene simulador personal. “Es así, ja. En 2019 empezamos a estudiar ideas y productos con formato de auto, lo que más había eran cabinas, pero no la representación

de un auto. Y pensamos en la Fórmula 1 que era bien característica y definida en su estética. Empezamos con bocetos e ideas, ver materiales, regulaciones de los volantes, pedaleras, probamos de hacerlo en plástico, no nos gustaba la terminación y llegamos a la fibra de vidrio. Consultamos en empresas que fabricaba bañeras, pero nos cobraban mucho hasta que nos contactamos con un proveedor puntual. Hoy tenemos un taller de



fibra de vidrio propio y es uno de nuestros fuertes. En enero de 2020 sacamos el primer proyecto para vender, aunque eran muy básico. Los publicamos en Facebook, hubo repercusión, pero nada de venta. Yo había renunciado a mi trabajo y en marzo aparece la pandemia. Pensábamos que nos habíamos fundido”, recrea. “Cuando parecía que todo iba a complicarse el 20 de marzo tuvimos una primera venta con un cliente que tenía permiso para circular y vino a buscar un modelo. La realidad es que la pandemia nos ayudo mucho porque hubo un boom de simuladores y muchos insumos estaban accesibles. Hoy está más complicado, pero seguimos trabajando muy bien”.

Desde esa primera venta CMF fue sumando opciones, distintas presentaciones y modelos y cuentan con más de 40 diseños de habitáculos de F1, desde modelos low cost de madera y con piezas encastrables hasta habitáculos enteros con cola, alerones y ruedas que oscilan los \$10 millones.

El modelo más comercializado es el CMF Pro que oscila los \$1,2 millones (son volante ni pedalera)

“Llevamos más de 500 modelos vendidos y creemos que el 2025 va a ser positivo. Claramente el año pasa-

do se notó un escaloncito. Notamos que hubo gente que volvió a la Formula 1 y muchos descubrieron la F1 a partir de Colapinto, se subieron a este furor”, confía.

ESCUDEÍAS

Si bien en CMF cuentan con algunos habitáculos en stock lo más común es el trabajo a medida, que le permite al cliente algún grado de personalización, como vinilos con números preferidos o algún nombre. “Y lo que más se vende tiene sus épocas. El de Williams tuvo su demanda, pero en un momento de 10 simuladores que vendíamos 8 eran Red Bull. Lo mismo pasaba con Hamilton en Mercedes y ahora que está en Ferrari algo se va a mover para esa marca”.



La mayoría de los clientes son de Capital Federal y luego de Córdoba, Santa Fe y otras provincias.

EXTERIOR Y CORPORATIVO

La gran apuesta de mediano plazo es el mercado externo: “es algo para lo que empezamos a prepararnos. Hubo algunos clientes puntuales, pero creemos que podemos tener posibilidades interesantes en Paraguay, Uruguay, Chile. Nos han llegado consultas de México, España. Y también estamos trabajando para algunas marcas que buscan tener un simulador para sus oficinas o para el lanzamiento de productos. Hicimos ventas para Mc Donald’s, Belgrano y Globant, que apoya a Colapinto nos compró 4”, destaca Fassi.



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



Branding en la era digital: cuáles son los pilares para “una marca fuerte”

En un mundo hiperconectado, donde los consumidores buscan más que productos o servicios, las marcas deben construir experiencias memorables. Ismael Guzmán, director de la consultora Dirección de Marcas, analiza las claves del branding en la era digital, la importancia de la diferenciación y las tendencias que definirán el futuro de las marcas.

Por Renata Palazzi Santisteban



En un mundo donde la competencia es cada vez más feroz y los consumidores buscan experiencias memorables, las marcas deben adaptarse para diferenciarse y generar vínculos emocionales con su público. Ismael Guzmán, director de la consultora Dirección de Marcas, analiza la evolución del branding en la era digital, las estrategias clave para construir marcas sólidas y las tendencias que definirán el futuro del marketing experiencial. Para Guzmán, la base de una marca fuerte radica en tres pilares fundamentales: **estrategia, identidad y gestión**. “La estrate-

gia define qué propone la empresa y en qué cree; la identidad establece cómo se muestra y cómo se vincula con el público; y la gestión es el proceso constante de mantener la marca relevante y coherente”, explica. Sin una combinación efectiva de estos factores, resulta difícil sostenerse en un mercado saturado.

DIFERENCIACIÓN EN UN MERCADO COMPETITIVO: EL VALOR AGREGADO

En un entorno donde la competencia es intensa, la clave no está en reducir precios, sino en ofrecer más valor al cliente. “Podemos competir no bajando los precios, sino dándole más valor a la gente por el mismo precio”, señala Guzmán. Este valor puede ser simbólico, emocional o funcional, pero siempre debe marcar una diferencia perceptible para el consumidor.



PERSONALIZACIÓN Y FIDELIZACIÓN: LA ERA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Las marcas que logran personalizar la experiencia de compra generan un vínculo más fuerte con sus clientes. “Hoy existen herramientas que

nos permiten conocer mucho más al público y adaptar la experiencia de compra a cada usuario”, destaca Guzmán. Este enfoque no solo fortalece la relación con el consumidor, sino que también fomenta la lealtad a la marca.

EL IMPACTO DE LA ERA DIGITAL: CONVERSACIÓN, EMBAJADORES DE MARCA E 'INSTAGRAMEABILIDAD'

La relación entre las marcas y los consumidores ha cambiado radicalmente con la llegada de la era digital. “Antes la marca hablaba y el público escuchaba; hoy, las redes han transformado esa relación en una conversación bidireccional”, afirma. Los usuarios se han convertido en embajadores de marca al compartir sus experiencias en plataformas como Instagram y TikTok. La “instagrameabilidad” de los espacios y experiencias es ahora un factor clave para fomentar el contenido generado por los usuarios.

TENDENCIAS FUTURAS DEL BRANDING: DE LA TRANSACCIÓN A LA RELACIÓN

El branding está evolucionando hacia un modelo de relación ganar-ganar. “El futuro de las marcas está en generar una conexión real con los usuarios, donde ambos ganen: la empresa al vender y el usuario al recibir valor”, señala. Se trata de un cambio de paradigma, donde la transacción pasa a ser un intercambio de experiencias y emociones. Construir una marca sólida no es exclusivo de grandes corporaciones. “No es caro, pero requiere atención en cada detalle: el local, el packaging, la etiqueta, cada punto de contacto con el cliente debe estar

bien diseñado”, destaca Guzmán. Las empresas pequeñas pueden diferenciarse a través de experiencias personalizadas y estrategias bien definidas.

El branding ha evolucionado significativamente, dejando atrás la comunicación unidireccional para convertirse en una experiencia compartida. Hoy, las marcas que logran agregar valor, personalizar la relación con sus clientes y construir vínculos emocionales son las que se destacan. En este contexto, tanto las grandes como las pequeñas empresas tienen la oportunidad de desarrollar marcas poderosas y sostenibles si trabajan con una estrategia clara, una identidad bien definida y una gestión constante.

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.



La imperiosa necesidad de la educación financiera entre los más chicos

Por **Damián Villaronga (*)**

En los últimos años, ha crecido en redes sociales y plataformas de video la presencia de influencers que promueven “estilos de vida” donde el éxito no parece requerir esfuerzo. Muchos de ellos sugieren caminos financieros accesibles y supuestamente infalibles. Aunque este contenido está dirigido mayormente a adultos, llega con facilidad a los adolescentes. Estos emprendedores suelen destacar los casos de éxito, pero rara vez mencionan los riesgos asociados. Peor aún, junto a estos discursos aparecen ofertas mucho más crudas,

como las apuestas deportivas online y los casinos digitales, que presentan la ilusión de una ganancia rápida y sin esfuerzo.

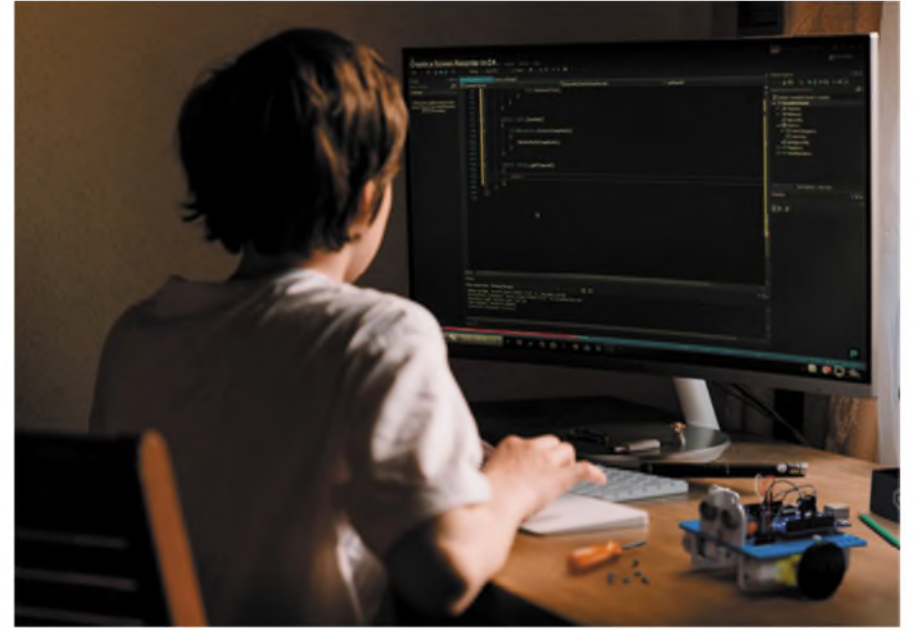
Las cifras son alarmantes: el 80% de los adolescentes y jóvenes ha apostado online o conoce a alguien que lo haya hecho en el último año, y el 95% sabe de la existencia de sitios y aplicaciones de apuestas. Además, un 37% ingresa con frecuencia, incluso a diario. Su principal motivación es el dinero: más de la mitad apuesta con la intención de ganar, mientras que un 30% lo hace por entretenimiento.



A pesar de esta creciente tendencia, el 40% de los adolescentes jamás ha hablado en su hogar sobre los riesgos de las apuestas online.

La transición de las apuestas a las finanzas es natural para los jóvenes, porque—aunque sus mecanismos sean distintos—ambos procesos activan respuestas psicológicas similares. La posibilidad de generar adicción está presente en ambos casos, y la clave está en la recompensa variable: el sistema que vuelve adictivos los videos cortos, los tragamonedas, las apuestas online y también ciertas formas de trading.

Vivimos en una cultura dominada por la imagen, donde la idea de ganar dinero “inteligentemente” y sin esfuerzo está en todas partes. Las redes sociales muestran a personas que parecen vivir de vacaciones, lo que genera una inevitable comparación: ¿estamos haciendo algo mal? Un adulto con experiencia puede entender que la publicidad es engañosa y que nada es tan simple como parece. Quienes han trabajado en el mundo financiero saben



que el trading implica riesgos, estudio y preparación. Sin embargo, lo que más visibilidad tiene es lo contrario: la promesa de independencia económica, libertad de horarios y riqueza fácil.

Estamos ante un fenómeno reciente: hace apenas unos

años, el acceso masivo a instrumentos financieros desde el celular era impensable. Las generaciones anteriores (Boomers y Gen X) no tienen suficiente experiencia para aconsejar a sus hijos sobre estos temas, lo que agrava el problema. No se trata solo de acceso a plataformas de inversión o apuestas, sino también de la falta de control y, sobre todo, de educación.

Educar en finanzas no es solo enseñar a calcular riesgos, entender la volatilidad de un activo o saber cuándo entrar o salir de una posición. La educación financiera debe ser integral, incluyendo una formación socioemocional que ayude a tomar decisiones informadas y responsables. La adicción hace mella como

un simbiote en un cuerpo con carencias existenciales, alimentándose de la fragilidad emocional y de la búsqueda desesperada de gratificación inmediata. Por eso, la educación financiera, como cualquier otra, debe subordinarse a una formación humana que priorice el desarrollo de la libertad, la inteligencia y la voluntad, permitiendo a cada individuo conquistar objetivos arduos con esfuerzo y criterio propio.

Un adolescente con un desarrollo emocional sólido y un sentido de propósito tendrá más herramientas para resistir impulsos perjudiciales y, cuando tenga acceso a instrumentos financieros, lo pensará dos veces antes de asumir riesgos innecesarios. Sobre esa base saludable, resulta fas-

cinante enseñar a los jóvenes sobre economía en un sentido amplio, para luego ayudarlos a ordenar sus ideas sobre economía personal y familiar. Es esencial que al finalizar el bachillerato un estudiante tenga el criterio necesario para elegir un crédito de manera informada, seleccionar activos financieros para resguardar su dinero, evaluar el riesgo de opciones más volátiles, planificar gastos en su presupuesto, diferenciar activos y pasivos, comprender la importancia del ahorro y la inversión, y familiarizarse con la economía digital.

() Damián Villaronga es un emprendedor argentino, coach ontológico y fundador de Funiversity, comunidad de aprendizaje tecnológico para niños y adolescentes.*



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.

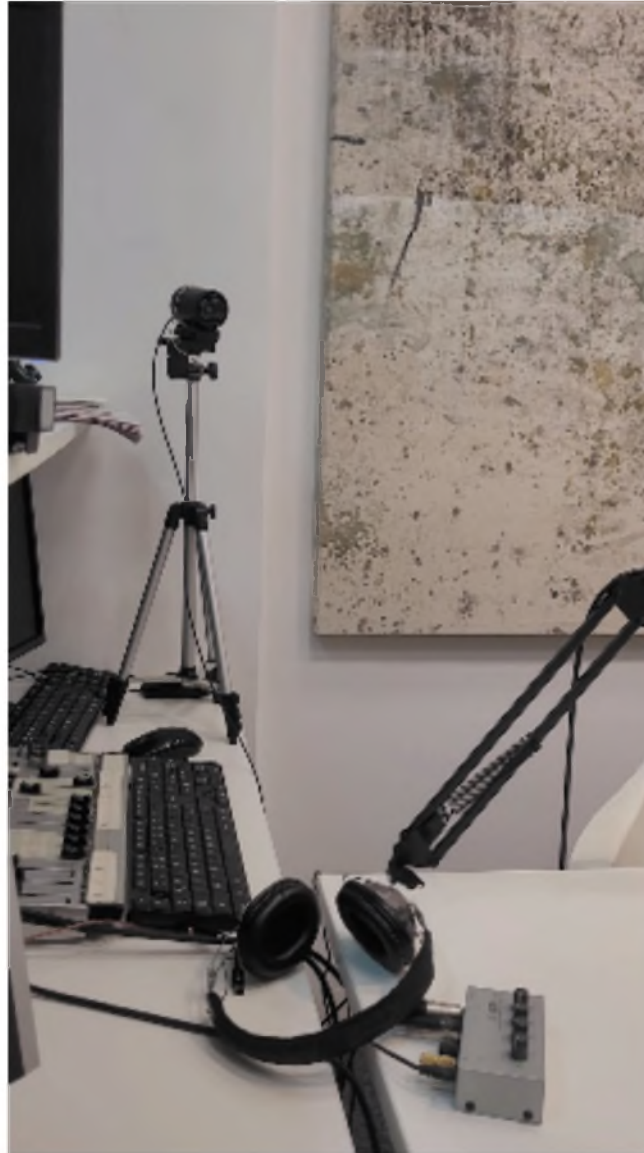
El puntapié inicial será el dossier relacionado con la Consultoría, Gestión & New Skills, en un formato totalmente digital, con entrevistas (formato streaming) con los principales referentes del sector, para conocer hacia dónde va este asesoramiento empresarial.

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 tratar de dilucidar.

En tanto, que necesitan los hombres y mujeres del sector



corporativo en la realidad empresarial de hoy. La oferta de 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 lograr el “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 cambios previstos que a diario se presentan, **Punto a Punto** ofrece el primer dossier anual, escuchando a “los que saben”. Los invitamos a sumarse.

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

Indefinición total sobre las listas de candidatos para las elecciones de octubre

El entorno de Milei celebra que el escándalo de la criptomoneda haya perdido espacio en los medios de comunicación, aunque se advierte que habrá algunas noticias en el ámbito judicial que condicionarían al presidente. En Córdoba, Llaryora busca que bajen las críticas por los aumentos de impuestos. Schiaretti se toma su tiempo e intenta reflojar su alianza con Rodríguez Larreta.

Por Eduardo Bocco

Al cabo del escándalo protagonizado por Javier Milei con su apoyo a una criptomoneda que estalló, el mapa político argentino y obviamente el provincial pasan por un momento de extrema volatilidad, en el que la suspensión de las Paso prolongará las definiciones. Cada uno de los protagonistas, tanto oficialistas como o-





sitores, orejearán las cartas y buscarán paciencia para comprobar los movimientos del otro.

Martín Llaryora trata de sacudirse las manchas y las críticas que le provocaron sus decisiones de incrementos tributarios. En su entorno consideran que se cometieron errores porque su ministro de Economía de la provincia, Guillermo Acosta o algún otro funcionario del área, debió tener una actitud más activa a la hora de explicar los incrementos. El Gobierno buscó casi con desesperación al legislador Miguel Si-

ciliano para que hablara en nombre del oficialismo. “No pueden usar a Miguel para que tire el centro y vaya a cabecear al mismo tiempo”, reflexionaba un vocero del cordobesismo, que repetía que el gobernador debió mirar más detenidamente el problema. Pero acá hay un punto que no debe soslayarse: Llaryora cree que este tema durará no más de un mes y que después pasará a tercer plano. “Es lo mismo que pasó con los aumentos de las tasas municipales en el primer año de gestión”, dicen los allegados al jefe del Centro Cívico repitiendo la reflexión de su jefe.

Llaryora también espera y repite las conversaciones con su socio político Juan Schiaretti sobre cómo terminará conformándose el armado de la lista provincial de la alianza que liderará el justicialismo.

Hoy Schiaretti está más cerca de rechazar una eventual candidatura a primer diputado nacional, pero todo puede cambiar porque “los escenarios pueden modificarse de un día para el otro”, según manifestó un compañero de ruta del exgobernador.

Hoy Schiaretti está mucho más entusiasmado con el crecimiento del partido a nivel nacional y busca so-

cios en los distritos más pesados, como pueden ser la provincia de Buenos Aires o la Capital Federal. Tiene allí operadores importantes como Florencio Randazzo, Emilio Monzó o Nicolás Massot.

La idea es volver a tener en los primeros planos a la alianza de Schiaretti con Horacio Rodríguez Larreta, ya lanzado con partido propio en Caba. La buena onda sigue y ahora buscan concretar lo que en 2023



estuvo cerca y que no terminó de cuajar por la fuerte presión de Luis Juez para no achicar sus posibilidades de victoria en la elección provincial de ese año, que finalmente ganó Llaryora.

Los libertarios procuran hacer su juego y celebran que el escándalo de las criptomonedas comience a perder espacio en los medios de comunicación, tanto tradicionales como alternativos.

El tema no golpeo al Presidente como algunos suponían y su alianza con la gente sigue casi intacta. En su entorno, piensan que lo peor ya pasó, aunque la historia continúa en la Justicia. Algunos observadores de lo que pasa en esos ámbitos, pronostican que “pronto habrá algunas novedades de peso”. En Córdoba todo es indecisión y se esperan las instrucciones de los hermanos Milei para tener un panorama más claro.

Macri sigue jugando a dos puntas y su alianza con el presidente por momentos tambalea. En Córdoba, habrá que ver si el radical Rodrigo De Loredó o un candidato puro como Agustín Laje conducen ese tren. Todo está por verse.

ESPACIO PERFIL

Vecinos del exclusivo country Carlos Paz Golf reclaman porque no pueden escriturar sus lotes

El predio de 108 hectáreas comenzó a comercializarse hace 15 años a través del Fideicomiso San Antonio. Está enclavado en una zona de sierras, bosques y tiene una cancha de golf de 18 hoyos. ¿Cuáles son los impedimentos para inscribir los inmuebles?

Por María Ester Romero

Un grupo de vecinos del exclusivo Carlos Paz Golf Country Club, ubicado en San Antonio de Arredondo, a 50 kilómetros de la ciudad Capital, se comunicó con **Perfil Córdoba** para expresar su preocupación por la situación que atraviesan **al no poder escriturar los inmuebles que adquirieron**. El barrio privado está enclavado en un predio de **108 hectáreas**, entre bosques y sierras, posee hermosas vistas al valle y cuenta con cancha de golf de 18 hoyos. Se encuentra muy cerca de la nueva autovía que



conecta Punilla con Bosque Alegre y el departamento Santa María. El loteo comenzó a comercializarse en 2010, a partir de la constitución – un año antes– del **Fideicomiso San Antonio**. En sus inicios estaba compuesto de tres macro lotes integrados en un masterplan de tres etapas. El emprendimiento se anunció en aquel momento con esas características.

En su interior hay **407 terrenos, a pesar de que nunca se aprobó la subdivisión catastral**. Actualmente la fiduciaria que administra el country y comercializa las parcelas está a cargo del **estudio Castillo y Asociados**, con sede en Capitalinas. Según relató a este medio un grupo de propietarios, en los inicios la tierra no pertenecía a ningún ejido municipal. “Estaba en una zona gris, no era de San Antonio ni de Las Jarillas”,



puntualizó una vecina. No obstante, el municipio de San Antonio otorgó en los primeros años una prefactibilidad. Esa endeble autorización permitió al fideicomiso comercializar los lotes a terceros que los adquirieron de buena fe, pensando que la situación se regularizaría en breve. Pero el problema persiste. No se ejecutaron obras esenciales. Eso impide la habilitación y la inscripción

de los inmuebles en el Registro de la Propiedad.

Estiman que el fideicomiso lleva vendidos unos 300 lotes. De ellos, entre 60 y 70 tienen viviendas ya construidas “con gran nivel arquitectónico”, según relatan los vecinos. Quedan por vender un centenar de terrenos pero hay una medida judicial que impide al fideicomiso seguir comercializando las tierras.

CUÁLES SON LOS IMPEDIMENTOS PARA ESCRITURAR

“Al día de la fecha el barrio no posee más que simples números de expedientes -sostiene una propietaria- pero ninguna aprobación final por parte de la **Municipalidad de San Antonio, de Catastro de la Provincia, de Recursos Hídricos ni de la Secretaría de Ambiente**”.

Recién en 2018 el barrio fue incorporado al ejido de la Municipalidad de San Antonio. Según otro vecino, se han enviado **ocho cartas documentos al estudio Castillo y Asociados** para pedir que se ejecuten las obras pendientes.

Una de ellas es esencial y se trata de la **conexión a la red de tratamiento de aguas cloacales de Punitilla**. Actualmente, cada lote tiene sangría, lo que contamina las napas subterráneas. En esa situación jamás podría ser autorizada por Ambiente. Existe, al parecer, la obra de cloacas interna del barrio, pero **falta conectarla a la red que inauguró en noviembre pasado el Gobierno provincial**.

NO,
NO VÉS
DOBLE

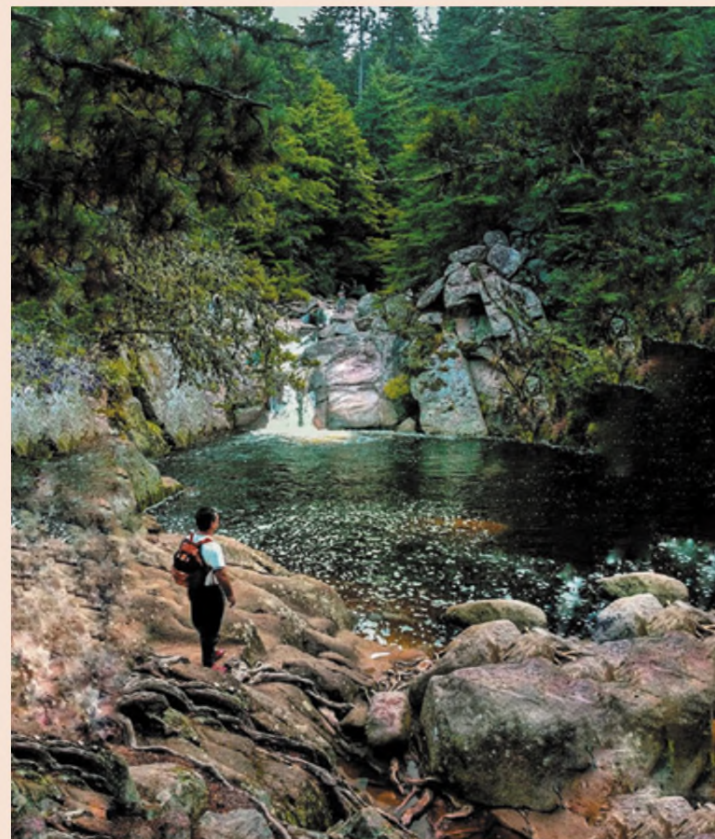


Carnaval: Cuatro destinos cordobeses para visitar

Desde el 1 al 4 de marzo, tendrá lugar el primer fin de semana largo del año, ideal para desconectar de la rutina, por ejemplo, viajando. En este marco, Marce Canducci de Córdoba de Viaje, sugiere 4 opciones que no fallan.

Por [Clara Angeletti](#)

Este año habrá 12 [feriados](#) inamovibles, 4 feriados trasladables y 3 días no laborables con fines turísticos. Entre los primeros, se destacan las jornadas por carnaval que se aproximan, a comienzos de marzo y se presentan como una oportunidad para pasear, recorrer y conocer la Provincia. La [comunicadora, Marce Canducci](#), propulsora de la [revista digital de información turística Córdoba de Viaje \(@cordobadeviaje\)](#), nos presenta sus recomendaciones.



CAPILLA DE CANDONGA

Ubicada en las Sierras Chicas. Se trata de un monumento histórico nacional desde 1940 y fue restaurado por el arquitecto Mario J. Buschiazzo. *“Es un recorrido hermoso para hacer en esta época”*, señala Canducci. Se encuentra a unos 53 kilómetros de la ciudad de Córdoba. Fue construido a mediados del siglo XVIII y era el antiguo oratorio de la estancia Santa Gertrudis.

Al respecto, Marce amplió: *“Desde entonces, mantu-*



vo la gracia así como muy española de las tejas rojas, el contraste con el blanco típico de las construcciones bien pero bien coloniales. Muy bella. Además de la capillita se encuentra el casco de la estancia que tiene un restaurante muy lindo y alojamiento”.

Y añadió: *“Hay un molino y un sistema de acequias que recorre toda la zona y el río es muy hermoso, como para ir a pasar la tarde”.*

Se llega desde Córdoba por ruta E53 y después hay que hacer unos 10 kilómetros por camino de tierra desde el Manzano. El tramo hasta la capilla no está asfaltado. Solo se puede ingresar con vehículo particular, es camino de montaña, por lo que se debe ir tranquilo.

DIQUECITO DE CUESTA BLANCA

Cuesta Blanca está a unos 46 kilómetros de la ciudad, se llega por la ruta 20 y después por la ruta provincial 14. Se llamó así, en un principio, por las innumerables minas de cuarzo blanco de la zona. Forma parte de la Reserva Hídrica Provincial Los Gigantes, la recorre el río San Antonio con sus aguas cristalinas y hermosas playas. El diquecito y la playa de los hippies son dos de los rincones más visitados, junto a Arroyo San Pablo, Las Tres Cascadas y Laguna Negra.

En cuanto al recorrido para acceder, es sencillo y Canducci explicó: *“el sendero se inicia junto al puente del pueblo, al lado de una parada de colectivos que está justo en el inicio del pueblo. Desde allí se dobla a la izquierda por la calle de tierra que se llama Ángel Crosetto. El camino está bien señalizado y la caminata es en una subida constante, así que hay que estar en estado, pero no es de alta dificultad, al contrario, es de baja dificultad, pero va en subida”.*

Es fundamental el buen calzado, que lleven agua para mantenerse hidratados y provisiones.

“Es un poquito más lejos, no es un lugar súper conocido y tiene una belleza que no tiene sentido lo lindo que es”, comentó la creadora de Córdoba de viaje y contó que

se trata de un pueblito junto al río San Guillermo.

Se encuentra a unos 200 kilómetros de Córdoba capital, en el departamento Cruz del Eje, en el área noroeste del Valle de Traslasierra. Desde Ciudad de Córdoba se puede ir por Ruta Nacional 38 hasta Villa de Soto; y desde allí se toma la Ruta Provincial 15. Un punto de referencia desde la ruta es seguir las indicaciones de la estancia jesuítica La Candelaria como para no perderse y en esa dirección aproximadamente son unos 15 kilómetros.

Por otra parte, en auto son aproximadamente tres horas de viaje o un poco más, en un día de mucho tránsito. En colectivo también se

Seguir leyendo



puede llegar desde Ciudad de Córdoba con la empresa Ersa, que deja en la zona de La Higuera. Posteriormente, hay 20 kilómetros de ripio.

Otra opción es ir hasta Villa de Soto que está a 12 kilómetros. Igualmente, en ambos casos debe buscarse un transporte adicional, tipo taxi o remis particular para poder llegar. Desde Traslasierra se llega por ruta 15 hasta La Higuera y después te desvías por un camino de tierra hacia el este por 18 kilómetros. Y el último tramo es de ripio. *“Como en todos los caminos de montaña de Córdoba, hay que ir muy tranquilo, hay mucho serrucho y es mejor evitarlos cuando llueve”,* advirtió la influencer.

LA CUMBRECITA

Un clásico del Valle de Calamuchita, a 120 kilómetros de la ciudad que es reserva natural y pueblo peatonal desde 1966. En auto se llega por ruta provincial 5 y después por la ruta

X

109. En colectivo hay que realizar el viajecito en dos tramos. Primero desde Córdoba a Villa General Belgrano por la empresa Sierras de Calamuchita y después el tramo Villa General Belgrano a La Cumbrecita, en la empresa Pájaro Blanco.

“Se puede ir todo el año y realmente es un planazo ir en este fin de semana largo que se viene”, aseguró Marce.

Y agregó que *“algunas actividades para hacer ahí son el recorrido autoguiado, la capilla ecuménica, el lago de las truchas, la Cascada Grande, la Olla, el Casco Histórico, la Casa del Fundador, donde además se come súper bien, el Cerro Cristal, el Cerro Wank, la Costa Norte y la Costa Sur”.*

“Y si tenés tiempo y vas con un par de días, súper recomendado hacer todo lo que es el Parque Peñón del Águila, es fantástico”, cerró Canducci.

punto a punto

