

RELAX & BUSINESS

Howard Johnson® Days Inn

DAYS INN

Un refugio encantado
Zárate

BÁRBARA ELLIOTT,
experta en
sustentabilidad



HOWARD
JOHNSON
Pergamino EL GRAN
HOTEL DE LAS
PAMPAS

DOSSIER *Empresas para el mundo*

AVICOPER, un millón de huevos por día. ITALIMPIA, líderes en limpieza profesional.
ANNAN, el creador del legendario Far West. POLO DE JEANS, marcas para todos los gustos.



Rally Argentino: 6, 7 y 8 de marzo 2025



Estación de Ferrocarril



Asado tradicionalista



Museo Histórico



Bodega "Antiguo Legado"



Puente San José de Herrera



Visita

MADARIAGA

El Pago Gaucha

CIUDAD - CAMPO - MONTE - LAGUNA - VIÑEDOS

02267 - 551058

www.turismo.madariaga.gov.ar

@turismomadariaga



RUS[®]

RIO URUGUAY SEGUROS



CUIDANDO LA VIDA
Y EL PATRIMONIO
DE LOS **ARGENTINOS.**

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

La cosecha del **ESFUERZO**

Nuevamente ponemos a disposición de nuestros huéspedes, clientes y amigos un nuevo ejemplar de nuestra revista Relax & Business que, dado el rotundo éxito que está teniendo nos vimos obligados a aumentar notablemente la cantidad de ejemplares de la presente edición.

Estamos absolutamente empeñados en continuar y fortalecer el crecimiento de nuestra cadena que no solo se ha convertido en la más grande de Argentina sino también en la que suma los mayores elogios según las encuestas periódicas que efectuamos con nuestros usuarios.

Como nuestros hoteles están orientados a los dos grandes segmentos del mercado: el turístico y el corporativo, diseñamos cada una de las unidades para cumplir acabadamente nuestros objetivos. En los próximos meses tenemos prevista la apertura de once nuevos hoteles construídos con la máxima tecnología, confort y cuidado del medio ambiente aplicable en el mercado:

- 1) Howard Johnson Plaza Rosario, Santa Fe.
- 2) Howard Johnson San Rafael, Mendoza.
- 3) Days Inn Paraná, Entre Ríos.
- 4) Howard Johnson San Martín de los Andes, Neuquén.
- 5) Howard Johnson Cinco Saltos, Río Negro.
- 6) Days Inn Concepción del Uruguay, Entre Ríos.
- 7) Howard Johnson Catamarca, Catamarca.
- 8) Days Inn La Viña, Catamarca.
- 9) Howard Johnson Lobos, Buenos Aires.
- 10) Howard Johnson Federación, Entre Ríos.
- 11) Howard Johnson Alvear, Santa Fe.



Es de hacer notar la muy activa campaña publicitaria que venimos desarrollando como así también los intensivos cursos de capacitación para nuestro personal los cuales se sintetizan con un importante evento anual: "Jornada de líderes" de tres días de duración y con la participación de inversores, gerentes y asesores de la cadena.

Redoblamos nuestros esfuerzos en pos de un servicio de excelencia destacando el impresionante esfuerzo de superación de toda nuestra gente y de los integrantes de los distintos equipos de cada uno de los hoteles.

Espero que este nuevo ejemplar sea del agrado y preferencia de todos ustedes.

Alberto G. Albamonte
Presidente de H. J. Argentina S.A.



Gana puntos con tus estadias y úsalos en más de **50,000** hoteles, resorts y alquileres vacacionales de todo el mundo.

Para empezar a ganar puntos, inscríbete gratis en la recepción del hotel o escaneando el código QR



RELAX & BUSINESS

#7 SUMARIO



08. MODA. ¿Qué me pongo? By Lara Bernasconi.

10. LIBROS para disfrutar. Recomendado: Daniel Herrero.

DOSSIER PERGAMINO

12. HOWARD JOHNSON PERGAMINO: Gran hotel en las pampas.

26. ANNAN DE PERGAMINO, pionero del jean nacional.

32. LA REPÚBLICA DEL JEAN. Polo industrial con marcas para todos los gustos.

38. AVICOPER: ¿Cómo se hace un huevo?.

44. ITALIMPIA NARDI S.A. Expertos en limpieza.

50. DE PASEO POR PERGAMINO. Lugares para descubrir.

52. MARIO ALONSO PUIG. Las dimensiones del bienestar.

58. BARBARA ELLIOTT, hospitality y sustentabilidad.

64. DAYS INN ZÁRATE, refugio encantado.

70. COCHO LÓPEZ, la senda de un ganador.

72. RESERVA OTAMENDI en Campana. Parque Nacional Ciervo de los Pantanos.

74. FIESTA HOWARD JOHNSON CARILÓ, celebrando un año exitoso.



DIRECTORA
Diana Garrahan

DIRECTOR ADJUNTO
Gabriel Pandolfo

FOTOGRAFÍA
Alejandro Calderone Caviglia
Nela López
Diego Medina

DISEÑO
Leandro Marenzi
Alfredo Stambuk

Agradecimientos: Alicia Álvarez (HJ Pergamino), Francisco Jesús Gimenez (Parque Nacional Ciervo de los Pantanos), Tomás y Vire Nazar, Gustavo Rasuk, Carlos Elizalde, Francisco Plumari, Santos Zoleos, Javier Genoud, Secretario de Producción de Turismo de la Municipalidad de Pergamino y Jerónimo Toledo (DI Zárate).

La revista Relax & Business es una publicación propiedad de Diana Garrahan Editores. La editorial no se responsabiliza por las opiniones de sus periodistas. Registro de la Propiedad Intelectual No. 3.347.016 y 3.347.017. Impreso en Latingráfica, Rocamora 4161 - CABA - Argentina.

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

Carlos Falero
Ariana García
Sergio Varela
Candelaria Domínguez
Sergio Sánchez
Tadeo Rojas
Facundo Eguía
Patricio Miguel Collins
Arturo Gómez
Martín Perkins

RELAX & BUSINESS

Howard Johnson® Days Inn



Escanea el QR con tu celular y disfrutá los números anteriores

www.relaxandbusiness.com
info@relaxandbusiness.com

En equipamiento gastronómico la línea más completa para hotelería, catering y eventos.



¿Buscás algo para tu servicio?



Seguinos en redes
Sikla Argentina



sikla.com.ar

+5411 4921 9620

SIKLA

¿QUÉ ME PONGO?

LARA BERNASCONI

Ex modelo. Empresaria textil. Embajadora de La Mer. Madrina del Banco de Alimentos de Tucumán. Se viste en Etiqueta Negra y su look es muy personal. Esto lleva para pasar un fin de semana con su hijo en un Howard Johnson o Days Inn.



INFALTABLES
Un básico: un jean con remera canchera.

ELEGANTE
Muy chic: pantalón y blazer de lino con musculosa blanca o una camisa.



CARTERAS
Un bolso de gamuza y caña para el día, un clutch para la noche.



IÑAKI
Un jean, una bermuda blanca y dos remeras.



VESTIDOS
Tanto de día como de noche, un look sencillo para estar elegante y cómoda.

BELLEZA
Sólo productos de La Mer. Perfumes: le gustan dulces y fuertes.



ZAPATOS
Alpargatas para el día, chatitas para los vestidos. Para estar más elegante, un poco de taco.



Detrás de cada equipo, el nuestro

Medio Siglo de trabajo

- Planta de fabricación de 6500 m2.
- 2 camiones para entregas y 6 camionetas para servicio técnico e instalaciones.
- 115 personas en planta permanente.
- 14 profesionales en el departamento de Instalación de obras.
- 1000 productos fabricados al mes.
- 14 técnicos especializados en mantenimiento preventivo de equipos para brindar asistencia en todo el país.



INGENIERÍA
GASTRONÓMICA
MUCHO MÁS QUE
INGENIERÍA

Calle 93 729. San Martín. BA.
(011) 4754-5000
(011) 5327-4814
WWW.IG.COM.AR

Club de *LECTORES*

POR SEBASTIÁN FREIRE

Kaizen, El método Toyota de la mejora continua

Daniel Herrero

La palabra japonesa Kai-Zen se compone de dos ideogramas que significan “cambio” y “beneficioso”. El método creado por el consultor japonés Masaaki Imai, se basa en la mejora continua para alcanzar una calidad de excelencia. Daniel Herrero, titular de Toyota Argentina durante 12 años, comparte en su libro “Kaizen, El método Toyota de la mejora continua”, “diez lecciones de liderazgo aprendidas sobre la marcha, tratando de tender puentes entre Tokio y Buenos Aires”. El método aplicado permite refutar al Premio Nobel de Economía de 1971, Simón Kuznets, quien afirmó alguna vez: “Hay cuatro clases de países. Los países desarrollados; los que están en vías de desarrollo; Japón, que no tiene nada, pero tiene todo, y la Argentina, que teniendo todo, no tiene nada”.

El libro propone un ensamble entre la disciplina japonesa y la creatividad argentina, cuyo resultado fue que “el proceso productivo que empezó en 1997 con un equipo de 500 colaboradores y la fabricación de 10.000 camionetas por año, se convirtió, 27 años después, en un equipo de casi 8.000 personas y una producción de 180.000 vehículos por año, cuyo 20% se destina al mercado interno y el 80% se exporta a 22 países de América Latina”. Proceso en el que también influyó una virtuosa sinergia con el sindicato SMATA. Un libro edificante sobre el éxito alcanzado con y desde la sabiduría.



Once segundos

Carlos Aletto

El título remite a la duración de la jugada del segundo gol a Inglaterra de Diego Armando Maradona en el Mundial '86. Ese instante condensa una historia de amistad entre dos pibes marplatenses. Una historia de éxito y superación personal. Tangencialmente autobiográfica de quien fue albañil, luego librero, más tarde Licenciado en Letras y autor de libros de cuentos y de esta novela, además de ser editor del suplemento RADAR.



La niña de oro

Pablo Maurette

Un thriller algo surrealista y diverso, que tiene el mérito de construir el policial perfecto, al combinar elementos de enigma con la “serie negra”, en la que el escenario es otro personaje importante. Una heroína funcionaria de juzgado, sospechosos inverosímiles y por eso candidatos a la culpa, en un relato con una prosa magnífica que ha sido comparada con las intrigas del colombiano Álvaro Mutis, no tan conocido, pero nada menos que maestro de García Márquez.



Los días de la violencia

Eduardo Sacheri

Autor de cuentos sobre fútbol y de la novela cuya adaptación ganó un Oscar, Sacheri aporta ese plus narrativo en un libro sobre su tema original (es Licenciado en Historia). Un ensayo fascinante sobre cuando la Argentina empezó a ser tal. Cuando Sarmiento soñaba con un país parecido a Estados Unidos en 1850. Es decir, moderno y progresista. Como la actual Escandinavia.



En agosto nos vemos

Gabriel García Márquez

Como en una escena del realismo mágico que cultivó con maestría, Gabo firma un nuevo libro a 10 años de su muerte. Cuatro cuentos, protagonizados por su personaje fetiche: “Ana Magdalena Bach”. Es el testimonio de la hazaña de un escritor vigente incluso ante el declive de sus facultades mentales. Aunque no quedó del todo satisfecho con el resultado, cada libro suyo ofrece la inmersión en una nueva aventura.

la europea

e.

Room 137

Empapelados



PISOS



SOLUCIONES ACÚSTICAS



EMPAPELADOS



ALFOMBRAS



CORTINAS



EQUIPAMIENTO

SOLUCIONES INTEGRALES

para proyectos arquitectónicos e interiorismo

CONOCÉ MÁS EN WWW.LAEUROPEA.COM

POR CARLOS FALERO
FOTOS: ALEJANDRO CALDERONE CAVIGLIA

El HOWARD JOHNSON
de PERGAMINO

Más cerca que
NUNCA



Los dueños afirman que “fue una apuesta a la cadena y a la Autopista n° 8”. La accesibilidad desde Buenos Aires, a solo 2 horas y 20 minutos, ofrece múltiples posibilidades de crecimiento.

Los hermanos Marcelo y Fernando Torti trabajaban en ideas nuevas. Hasta entonces sólo compartían una sociedad agropecuaria en Pergamino y una constructora de edificios en la que colocaban el excedente de la cosecha de soja. Aparte de estas empresas, cada uno por su lado llevaba adelante sus propios negocios.

Fue Fernando quien abrió el juego cuando se preguntó en voz alta: “¿Y si hacemos un hotel?”. La conexión con la idea fue inmediata. Era eso diferente que estaban buscando. Fernando le contó a su hermano que conocía a alguien del Howard Johnson con quien podían asesorarse. Entusiasmados, agendaron la reunión con un gerente de la cadena. Luego de conversar largamente con un representante del HJ, buscaron un lugar en el mapa. Rosario fue la ciudad elegida. De inmediato comenzaron a garabatear números. Corría el año 2010.

Un sueño para dos

Marcelo es un contador inquieto y ocurrente. “La profesión te da un

perfil, es una herramienta”, dice. Por aquellos años vendía aviones Air Tractor para combatir incendios. Vive en Pergamino.

Fernando vive en Rosario y es propietario de LT Ingeniería S.A., fundada en 1992. Fabrica balanzas electrónicas para el agro y la industria, y pilotos automáticos para maquinaria agrícola. Exporta a Uruguay, Paraguay, Bolivia, Ecuador, Colombia, Brasil y Rusia.

Desde 2003, año en el que el campo se revaloriza, los hermanos Torti impulsan la empresa constructora que ya edificó más de cien departamentos, y en la actualidad avanza con un nuevo edificio en el microcentro rosarino.

Desde el 2009, en el que se manifiesta el rendimiento decreciente de la actividad agrícola, debido a la sequía y las retenciones, los hermanos comienzan a instalar un hilo de pensamiento en sus conversaciones que tiende a descubrir nuevos horizontes. “La política de estos años no ha acompañado al campo”, dice Marcelo.

Meses después, cuando apareció en escena la idea de construir un hotel donde “plantar banderita”, recorrieron la ciudad de Rosario buscando cotizaciones de tierra, pero el presupuesto ajustado con el que contaban

hacía inviable el proyecto. “Nos quedaba un poco alto el costo del lote”, señala Marcelo.

Entonces la idea quedó en el freezer, hasta que un día se conoció la noticia de que se construiría sobre la ruta nacional 188, la autopista n°8, cuyo ramal Pilar llegaría hasta Pergamino. Estaba en veremos, ni siquiera se hablaba de la expropiación de los terrenos para su trazado. Sin embargo, aquel anuncio actuó como detonante. Las dudas que les habían hecho descartar Pergamino para construir un hotel, se evaporaron. “No era solo cuestión de dinero, sino también de accesibilidad”, cuenta Marcelo.

Lo cierto fue que el proyecto hotelero volvía a ser una realidad. “No te hagas problema, que la 8 va a llegar a Pergamino y va a producir un crecimiento exponencial. Yo me hago cargo de la construcción”, le dijo Marcelo a su hermano, al calcular que la autopista ubicaría a su ciudad a tan sólo 2 horas y 20 minutos de la capital del país.

Días de siembra

Luego de los estudios de factibilidad (cloacas, fibra óptica, gas, etcétera) en el terreno ubicado en ruta 188



“Inauguramos en **2015** y la autopista se terminó recién en el **'23**. Va traer a **clientes, oportunidades de negocios y crecimiento a PERGAMINO.**”

y avenida Pellegrini, el plan de obra se puso en marcha en 2011. Se levantaría un nuevo Howard Johnson de 5100 m2 en un predio de 3.5 hectáreas, adquirido por 350 mil dólares.

Cuando ya llevaban invertidos 5 millones de dólares, estaban tan entusiasmados que ni se preocuparon por el millón de dólares que les faltaba para terminar el hotel. “De algún lado salió”, cuenta Marcelo entre sonrisas. El hotel se inauguró en julio de 2015. “A los dos meses ya estábamos en el punto de equilibrio”, recuerda.

“Inauguramos en 2015 y la autopista se terminó recién en el '23, pero nunca perdimos las esperanzas. La autopista no sólo va a traer clientes y oportuni-

dades de negocios al hotel, sino un mayor caudal de crecimiento a Pergamino.”

Pasen y vean

Marcelo Torti, actual presidente del Howard Johnson Pergamino, tiene por costumbre ponerse siempre en el lugar del usuario. “El pasajero entra en la habitación y mira el valijero, por lo tanto, tiene que ser práctico”, ejemplifica. “¿Qué necesita el cliente para pasar dos o tres días a todo trapo?”, se pregunta. Detalla: “Presión del agua, en diez segundos ya está caliente; wi fi 5 G, espacio, comodidad, buena vista, aire puro, lindos atardeceres. Todo está dispuesto para que se sienta O.K.”

El imponente lobby de doble altura recibe a los visitantes. Los muebles, los difusores de aromas, los detalles decorativos, son elementos que conforman la identidad de la cadena.





Marcelo Torti, copropietario y líder del HJ Pergamino, confía en que la autopista traerá un desarrollo económico, cultural y poblacional a la ciudad. "Arranca una nueva etapa y es el momento de disfrutar de las bondades del hotel", señala.



El desayuno buffet está incluido en la tarifa. También ofrece un beneficio especial "FAMILY PLAN", en el cual 2 menores de 12 años se alojan sin cargo compartiendo la habitación Twin con 2 adultos.

Con 39 habitaciones, más 6 en proceso de decoración y equipamiento, cuenta con un personal de 14 personas, entrenados para descubrir cualquier desperfecto u error.

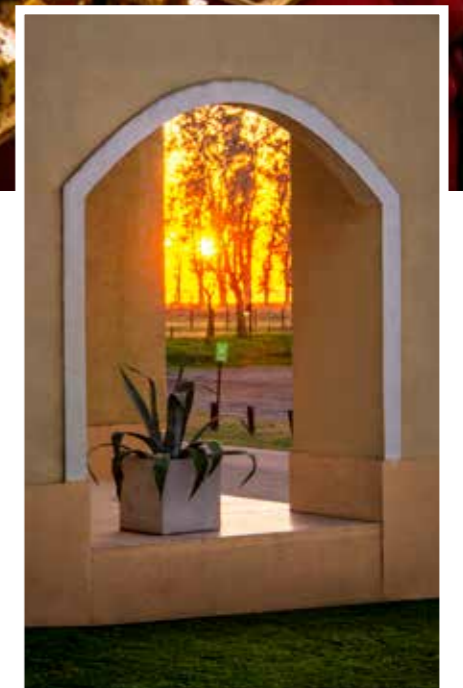
El desayuno es uno de los aspectos más destacables para Marcelo. "Los Howard Johnson tienen una gran ventaja sobre el resto de las cadenas. Su media es muy superior al resto. La expectativa que genera un Howard

Johnson, la idea de registro que tiene el público de la cadena, es muy importante. Y no se la debe decepcionar."

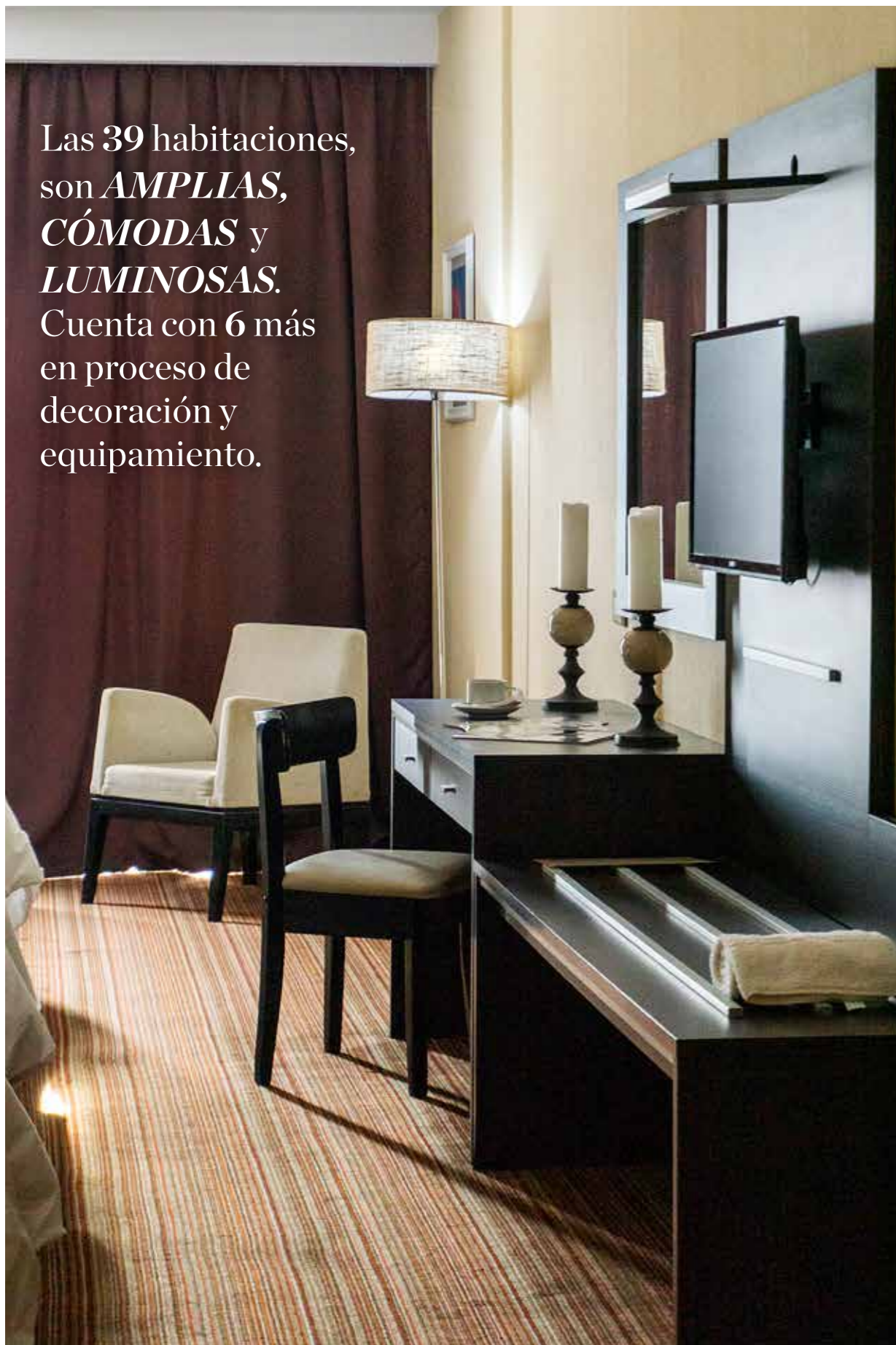
El cuidado del mobiliario y de la decoración en general, es otro aspecto en el cual se pone mucho esmero. "Lo visible es tan importante como el servicio", señala Marcelo.

Los fuegos de las salamandras, los muebles, los difusores de aromas, los detalles decorativos, son elementos

El *desayuno* es un aspecto destacable. Los **HOWARD JOHNSON** tienen ***UNA MEDIA SUPERIOR*** SOBRE EL RESTO *de las CADENAS.*



Las 39 habitaciones,
son **AMPLIAS,**
CÓMODAS y
LUMINOSAS.
Cuenta con 6 más
en proceso de
decoración y
equipamiento.



Dispone de habitaciones singles y dobles. El descanso está garantizado por la calidad de colchones y almohadas. Además, cuentan con una amplia oferta de plataformas para ver televisión, wifi free y un pequeño living y escritorio, ideal para clientes corporativos.

que conforman la identidad de la cadena. “Ahora estoy pensando de qué manera embellecer el parque”, comparte Marcelo.

El desarrollo del corporativismo agrícola y biotecnológico es un objetivo que se trabaja mucho y se profundiza constantemente. Sus clientes son del nivel de Bayer y Monsanto, entre otros.

“El catering es vital, por eso contamos con un excelente cocinero. Nuestro catering es de primera. Ese es uno de los puntos fuertes en los cuales estamos abocados a especializarnos”, dice Marcelo.





*Cuenta con PISCINA
semicubierta y cubierta
climatizada, SAUNA,
SOLARIUM, PLAYROOM
y GIMNASIO.*



El spa está totalmente equipado con todo lo necesario para el relax y la actividad física. Próximamente estrenará cancha de tenis y ampliará sus instalaciones para generar un espacio de entrenamiento deportivo.

Bodas, festejos y eventos corporativos son una buena parte de su facturación. Prueba de ello es la convención que realizaron para la empresa Re Max, la que ha desembarcado en Pergamino para vender lotes del nuevo parque industrial en los alrededores de la ciudad.

“Hace 9 años que el hotel está instalado y muy lindo -dice Marcelo-, y queremos que la gente lo conozca. La autopista está genial. Vengan a conocer Pergamino, zona núcleo y una de las tierras más fértiles del mundo.”

En los paseos por las calles del centro, a escasos kilómetros del hotel, se encontrará con un estilo de vida sosegado. La personalidad de su gente está muy consustanciada con su lugar en el mundo, lo que la hace singular. Amanes de su calidad de vida y de su entorno, no sienten ninguna necesidad en dejarla más que esporádicamente. Pa-





3.5 hectáreas donde disfrutar de la tranquilidad y el sosiego, lleno de naturaleza, historia y distintas actividades para vivir días inolvidables. El destino apropiado para gozar de un merecido y plácido descanso.

sarán las generaciones y allí estarán sus descendientes, pues trabajos y empresas suelen heredarse naturalmente. Los hijos crecen y toman la posta de sus padres, quienes en muchos casos han creado empresas de la nada que hoy tienen relevancia internacional (ver Dossier). Es muy raro que piensen en mudarse a la gran ciudad o emigrar a capitales glamorosas. Allí se quedarán, donde tienen todo lo que desean, especialmente tranquilidad.

El Howard Johnson Pergamino es un reflejo de ellos. Y los invita a pasar un fin de semana de descanso en un bello hotel, que le hará sentir el encanto de estar en un casco de estancia, rodeado de campo, de calles de tierra, mirando pastar a los caballos bajo el cielo protector de un atardecer, disfrutando de las comodidades que sólo el Howard Johnson puede brindarles ^{RB}



Un nuevo DESAFÍO CUMPLIDO

FOTOS: NEILA LÓPEZ



Pablo Albamonte y Fernando Torti



Alberto Albamonte

“No existiríamos sin personas como Marcelo y Fernando Torti, quienes tienen visión y decisión para invertir en esta industria”, subrayó Alberto Albamonte, presidente de HJ Argentina, durante el evento en el HJ Pergamino.



Simpático gesto de Espert



Dueños del H.J. Pergamino, Marcelo y Fernando Torti



Diana Garrahan y Walter Baccarini



Marcelo Torti y su esposa, Pamela Alvarez



Javier Martínez, Miguel Del Sel y Fernando Torti.



Alberto Albamonte y Daniel Scioli



El famoso DJ Alejo Fiol



Marcos Di Palma



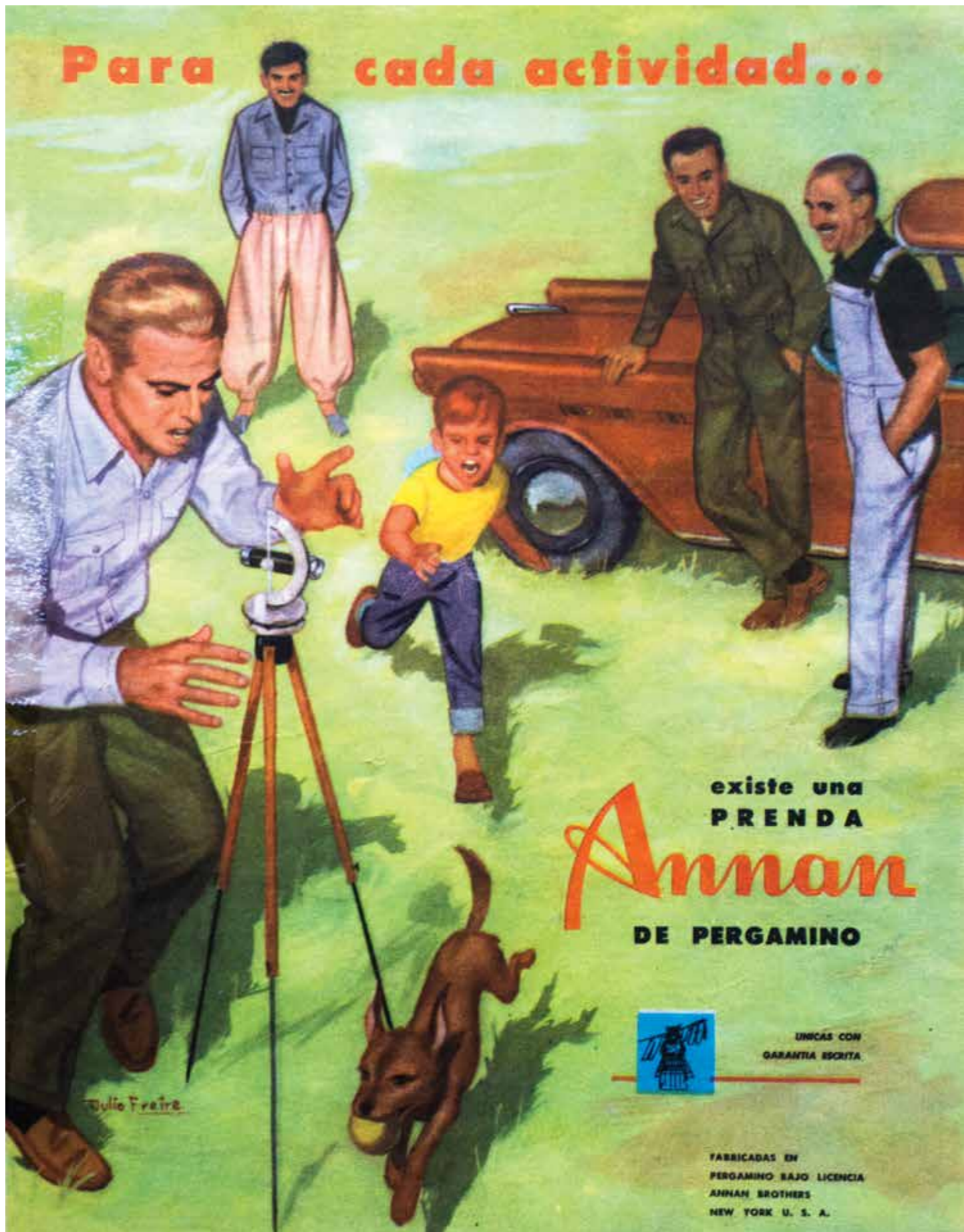
Alicia Álvarez y su hijo Federico Martino



Tomás y Vire Nazar



Intendente de Pergamino, Javier Martínez, José Luis Espert, Alberto Albamonte y Marcelo Torti



Pionero del jean nacional

ANNAN de Pergamino

Isaac Elías Annan dejó Siria a los 14 años, en 1901, con el sueño de un futuro mejor. Su primer trabajo fue como vendedor ambulante en el barrio porteño de Chacarita. Tuvo diez hijos y fundó un pequeño imperio que aún vive en el recuerdo argentino.

POR CLAUDIA PANDOLFO

Después de un año en Argentina, mientras vendía productos por las calles de Chacarita, a Isaac Annan se le ocurrió asociarse con dos compatriotas para ampliar el territorio y vender lo que compraba a mayoristas en el interior del país. La inversión inicial de la sociedad fue de 500 pesos por cabeza.

Años después comenzaron los problemas financieros debido a deudas de clientes. Isaac fue a cobrar una de ellas

a Pergamino. El deudor la canceló mediante la entrega de una propiedad. Regresó a la capital y se desvinculó de sus socios; se iría a vivir a Pergamino, donde abriría un negocio en dicha propiedad. La tienda se llamó "El Siglo", ubicada en la calle Julio A. Roca y Alberti.

En 1910 se casó con María Rosa Rasuk, de origen sirio, con quien tuvo 10 hijos. Entonces, Isaac trajo a sus hermanos de Siria, quienes se instalaron en la casa familiar, y les proveyó de mercadería en consignación para que

ya había hecho un capital apreciable y junto a sus hijos fundó una empresa familiar, dedicada a la confección de ropa de trabajo. Las telas provenían de las fábricas de Alpargatas y Grafa. Pero había un problema al que no le encontraban solución: el jean, una tela rígida, al ser lavada en los hogares encogía entre 5 y 10 centímetros. La solución fue acostumbrar al público a comprar prendas dos talles más grandes.

Lavar y listo

Años después, la empresa fue invitada a una convención de proveedores de indumentaria textil en Uruguay. Su hijo Alfredo fue el elegido para representar a la empresa e interiorizarse sobre los avances de la industria. De todas las ponencias escuchadas, se interesó por la que trataba sobre una metodología aplicada en Inglaterra para evitar que la tela se encogiera, la cual consistía en lavarla antes de usarla. Al regresar, lo primero que hizo fue probar si funcionaba. En la pileta de su madre lavó un corte de tela que luego sería confeccionada. Se la dieron a un asiduo cliente quien al tiempo regresó mostrando que la pren-



María Rosa Rasuk junto a su marido, Isaak Annan.

“En la etiqueta se informaba que

LAS PRENDAS DE ANNAN NO ENCOGÍAN gracias a un proceso químico. FUE UN SUCESO INESPERADO.”



da no había encogido ni un milímetro.

A partir de aquella sencilla solución, utilizaron la piscina de la quinta familiar en las afueras de la ciudad para lavar las telas. Moisés, el mayor de los hermanos, encargado del marketing y la publicidad, creó una etiqueta escrita en inglés, donde se informaba que las prendas de Annan no se encogían gracias a un proceso químico. Fue un suceso inesperado y la empresa tuvo un crecimiento exponencial, tanto que debieron ampliar la fábrica y contratar a cientos de costureras que realizaban las terminaciones de las prendas en sus domicilios.

Annan fue la empresa pionera que introdujo en el país el mercado de

jeans lavados. Con el tiempo se perfeccionó la técnica, lo que dio inicio a los lavaderos que ofrecen todas las terminaciones requeridas.

Este proceso de crecimiento coincidió con el comienzo de la Segunda Guerra Mundial, lo que le dio un gran impulso al sector textil, que hasta ese momento competía con las importaciones, incrementando considerablemente el crecimiento de Annan.

La empresa se expandió. Adquirió el edificio en el centro de Pergamino donde funcionaba un teatro e inauguró allí la nueva fábrica. Cuatro hijos de Isaac Annan se hicieron cargo de la empresa y cambiaron su nombre. Se llamaría “Annan de Pergamino”. Luego de rea-

lizar un estudio de mercado, se dieron cuenta de que las mayores ganancias las generaban las prendas lavadas, por lo que comenzaron a fabricar el vaquero Far West. La demanda fue una nueva y agradable sorpresa; llegaban a Pergamino mayoristas de todo el país. Largas filas de camiones pernoctaban en la ciudad por el ansiado vaquero Far West.

Alfredo viajó a Nueva York para conocer los avances tecnológicos de la industria, sobre todo la especializada en jeans. Allí firmó un acuerdo con la empresa “Manhattan Shirt Company” y con la “Lady Manhattan”, las que fabricaban camisas con tres largos de manga diferentes, todo un hito para la época.

Legado social

En la década del ‘50 decidieron construir un edificio de nueve pisos en el centro de la ciudad. La cantidad de empleados se incrementó a 1.500, en gran parte mujeres. Victoria Luján Sánchez, da cuenta sobre aquella novedad en el libro “Historia de una fábrica argentina”: “La Argentina de mediados del siglo XX fue testigo de un excepcional fenómeno social: la masiva entrada de mujeres al mercado laboral. La participación femenina se incrementó notablemente (...). Sin embargo, dentro del orden social conservador, la figura de la mujer en su rol natural de madre, esposa y ‘guardiana del hogar’, no era vista como compatible con su presencia



“El vaquero FAR WEST fue un éxito rotundo, los camiones de mayoristas hacían cola para comprarlos.”

en el mercado laboral.”

Además de la inclusión de la mujer en el mercado laboral, la empresa implementó beneficios sociales para sus empleados, como la jornada de 8 horas de trabajo, licencia por matrimonio y maternidad, subsidio por escolaridad y salarios por sobre la media, tiempo antes de que fuera legislado por el Estado. Los empleados tuvieron la posibilidad de tener su propia vivienda gracias a que la empresa decidió edificar un complejo habitacional

integrado por doscientos departamentos distribuidos en varios edificios, con un sector de recreación donde no faltaban las canchas de fútbol y de bochas. La firma brindó créditos muy favorables para los obreros. Los requisitos para obtener este beneficio eran estar casado con hijos, ser eficiente en el trabajo y leal a la empresa. Una vez que terminaban de pagar las cuotas, se les entregaban las escrituras.

Fue por aquellos días que los Annan decidieron realizar un censo

interno entre sus empleados, donde constaban datos sobre sus estudios, condiciones de vivienda, cantidad de hijos a su cargo, etcétera. Entonces, además de las viviendas otorgadas con financiamiento del Banco Hipotecario, decidieron ocuparse de la educación, instalando dentro de la fábrica una escuela primaria que funcionaba en horario nocturno.

Santos Solioz trabajó 45 años con los Annan, quien cuenta que gracias a Alfredo Annan y sus hermanos,



“Las camisas
MANHATTAN
 se fabricaban con
**TRES LARGOS
 DE MANGA**
 DIFERENTES todo
UN HITO
 para
LA ÉPOCA.”

Apogeo y caída

Los Annan dejaron una marca imborrable en Pergamino. Pero no sólo allí. Annan fue una empresa líder que no solo obtuvo reconocimiento nacional. Alfredo recibió “El centímetro de oro”, entregado por la empresa Manhattan, y las llaves de la ciudad de Nueva York. En 1963 se instaló en Uruguay, donde tuvieron un gran éxito con la camisa “Lavi Listo”. Además, crearon fábricas textiles en el parque industrial de Tucumán y Villa Mercedes.

En Paraguay, se asociaron con un compatriota y fundaron una compañía con 140 obreros, dedicada a la confección de prendas de vestir y ropa sport de alta calidad.

Pero todo tiene un final. En la década del '70, la industria nacional se vio gravemente afectada cuando la dictadura militar liberó los mercados. Al grupo Annan se le hizo imposible competir con las importaciones de Taiwán, de muy baja calidad, pero a precios mucho más bajos. Pocos años después llegaba el fin de Annan de Pergamino.

“Es muy frustrante y triste que, después de más de cincuenta años de operación, una empresa argentina tenga que informar que en el primer trimestre de 1981, a pesar de las medidas tomadas, la situación de la empresa no ha mejorado, sino que por el contrario, se ha agravado”. Esas fueron las últimas palabras de una “institución” que aún vive en el recuerdo de muchos argentinos. **RB**

**“ANNAN FUE LA EMPRESA PIONERA
 que introdujo en el país el
 MERCADO DE JEANS LAVADOS.”**

pudo ser propietario de su vivienda, completó sus estudios y sus tres hijos se convirtieron en profesionales. Hoy atiende su local de indumentaria en la calle Merced 640, que compró con parte de la indemnización que recibió al cerrarse la empresa.

Francisco Plumari, ex empleado de Annan, trabajó desde los inicios hasta el cierre de la empresa. A sus 78 años, forma parte de la plantilla de “Fabricaciones del Sur” (ver pág. 32) y recuerda con cariño aquellos tiempos.

Destaca la generosidad de los dueños y relata con orgullo la experiencia laboral adquirida allí, además de su agradecimiento por los beneficios que le dieron sus antiguos patrones.

Los Annan también fueron promotores del Turismo de Carretera. El encargado fue Antonio, muy vinculado al deporte. La empresa patrocinó a varios automovilistas como los hermanos Emiliozzi de la escudería Ford, de Pairetti con Chevrolet, y de Rondelli y Trincavelli con Torino.



todos felices..!

Americanos, camperas, pantalones sport, blue-jeans, camisas sport, mamelucos... cada prenda Annan de Pergamino, da satisfacciones a quien la usa. Bien cortada, bien terminada y realizada en telas de óptima calidad. Annan de Pergamino... son palabras mayores en ropa para trabajo y sport... y como dura!

USAN ROPA PARA
 TRABAJO Y SPORT

Annan
 DE PERGAMINO



UNICA CON GARANTIA ESCRITA

POLO INDUSTRIAL



La República *del* JEAN

POR CLAUDIA PANDOLFO

FOTOS: ALEJANDRO CALDERONE CAVIGLIA

Las fábricas de indumentaria en la región se desarrollaron por imitación. Desde el Far West de Annan a Las Peppas y Etiqueta Negra.



Todavía operaba la pionera Annan, cuando en 1975 se instalaba en Pergamino la fábrica de jeans Wrangler. Fue a

partir de ese desembarco que en la zona comprendida entre Colón, Arrecifes, Wilrey y Pergamino, se fue creando un polo de la industria textil que llegó a ocupar en la década del '80 a 9.000 trabajadores. Hoy sólo quedan unos 3.000 puestos activos. En estas fábricas se confeccionaba para marcas como Portsaid, María Cher, Desiderata, System Basic y Ossira, entre otras.

Las plantas de producción eran enormes, superaban los 6.000 metros cuadrados para que cada trabajador tuviera un espacio de 16 metros cuadrados, como recomendaba la ley.

En los '90, se asentaron en Pergamino las marcas Mango, Diesel y Motor Oil, cuya producción estaba a cargo de una UTE (Unión Transitoria de Empresas). La integraban Virasoro,

Fabricaciones del Sur, pionera del polo textil, produce 30.000 jeans por mes para las principales marcas del país. Entre sus proyectos se destaca la creación de una marca propia.



empresa de lavado; los Rasuk se encargaban de la confección; y Federico Álvarez Castillo del diseño y la operación de ventas. Esta alianza convirtió a Pergamino en el centro de producción nacional de jeans. La demanda era tan alta que prácticamente todos los talleres de la zona trabajaban para ellos.

Fabricaciones del Sur

Gustavo Rasuk dirige la fábrica creada por su padre, hoy ubicada en el Parque Industrial de la ciudad de Pergamino. Su padre se inició en la década del '70, confeccionando ropa

de trabajo para las Fuerzas Armadas y Ferrocarriles Argentinos. “Teníamos dos plantas. Una en Peirano con 50 operarios, y otra en Pergamino con 30 y pico, y un ritmo estable de producción”, cuenta Rasuk, “pero la demanda cayó en el '82”.

Con la crisis en puerta, el empresario buscó su nueva oportunidad. “Mi papá transformó una de las plantas en una fábrica de jeans y, entonces, empezamos a trabajar con Fiorucci, Wrangler y Calvin Klein.”

Las marcas les daban el modelo ya cortado, y a veces la tela marcada. Rasuk confeccionaba y entregaban la

prenda para lavar.

La transición entre padre e hijo comenzaba cuando Gustavo conoció a Federico Álvarez Castillo. “Era empleado de Guido Lima, un empresario de la época que también producía para algunas marcas en Pergamino.”

La relación de Gustavo Rasuk y Álvarez Castillo dio sus frutos. Fabricaciones del Sur comienza a darle algunos servicios a marcas con mucho marketing como Mango, Motor Oil, Via Vai, Diesel, y Soviet. “Fue Federico quien propuso que yo las fabricara. Él ponía el know-how de la marca y del producto, y nosotros la industria-

“Hay marcas que venden un jean a CINCO o HASTA SEIS VECES SU VALOR, porque son para un sector de posición alta que usa sólo marcas exclusivas.”



LA HISTORIA EN jeans

LAS PEPPAS lidera las ventas de lo que produce **RASUK**.

También trabaja para **Zara, Maria Cher, Desiderata, Portsaid, Ginebra y Etiqueta Negra.**

lización. Nosotros producíamos todo lo que era jeans: camperas, camisas, abrigos, y algunas veces algo de paño. En la década del '90 llegamos a hacer ciento veinticinco mil por mes. Fue la época en que explotó el mercado. Hicimos de todo. Hicimos una buena combinación."

Pero nada dura para siempre y tocó la hora de un fin de ciclo. Álvarez Castillo vendió todos sus negocios al Exxel Group, y Rasuk perdió el contacto con él por varios años.

Nueva época

Rasuk, que además es productor agropecuario y ganadero, piensa por estos días crear una marca propia de

ropa. Su hija mayor, Martina (25), es diseñadora gráfica y quiere incursionar en el rubro textil. Mientras tanto, su fábrica de 60 empleados trabaja para varias marcas, produciendo alrededor de 30.000 jeans por mes. "Algunos los hacemos aquí y otros los tercerizamos".

"Las Peppas" lidera las ventas de lo que produce, pero afirma que todas las marcas para las cuales trabaja son muy exitosas, como Zara, Maria Cher, Desiderata, Portsaid, Ginebra y Etiqueta Negra, de Álvarez Castillo, con quien se reencontró cuando este comenzó a crear su nueva marca. "Empezamos con órdenes de treinta prendas, luego cuarenta, y así fue creciendo y creciendo hasta llegar a lo que es hoy."

Pero "Etiqueta Negra" no es la úni-

ca marca masculina que atiende, si bien reconoce que es su preferida. También produce para Gola, Bowen, Zara y Cristóbal Colón, para los que hace la marca Volcom, que son pantalones y bermudas. "Tengo mi corazón con 'Etiqueta Negra' -subraya Rasuk-. Produzco sus jeans y camperas, y también 'Etiqueta Negra Mujer' y la marca 'Lara' de niños."

Con respecto a lo caro que está un jean en Argentina, opina que se debe a la carga impositiva. "La competencia de India o Pakistán es muy competitiva: trabajan sin horario, sin pretensiones, y la mano de obra es muy barata." Pero no es la única razón. "Hay marcas que lo venden a cinco o hasta seis veces su valor. Son para un sector de posición alta que usa sólo marcas exclusivas." ■

La tela vaquera surgió en Génova, Italia. "Gênes" es la palabra francesa para Génova, la que dio origen a la palabra en inglés: jeans. En Nimes, Francia, los tejedores intentaron imitar la tela de jeans, pero en su lugar desarrollaron una tela de sarga similar, que se conoce como "denim".

La tela vaquera de Génova era de calidad media, se usaba para ropa de trabajo. Hasta el siglo XIX, casi todo el teñido de la tela se hacía con un arbusto de añil que provenía de la India. Esto fue reemplazado por el método del índigo sintético creado en Alemania.

En el siglo XVII, este material era utilizado por la clase obrera del norte de Italia. También los marinos genoveses usaban vaqueros para protegerse de la intemperie, pero los vaqueros se hicieron populares en Estados Unidos de la mano de Levi Strauss, quien los introdujo en 1873.

El Far West

En 1853, Levi Strauss, tras la muerte de su padre en Baviera, se mudó a Nueva York con 17 años. Allí estaban sus herma-

nos, quienes manejaban una casa mayorista de ramos generales llamada J. Strauss Brother & Co. Con la fiebre del oro, Levi se trasladó a San Francisco y abrió allí una sucursal del negocio de sus hermanos. Observador como suelen ser los inmigrantes, se le ocurrió adaptar los pantalones que había visto en el puerto de Génova para los trabajadores de las minas.

Uno de sus clientes, el sastre Jacob Davis, tenía una idea parecida: confeccionar "pantalones resistentes" para los trabajadores, pero reforzados con remaches de cobre en los bolsillos y la base del cierre, para que no se rasguen. Davis quería patentar la invención, pero necesitaba un socio comercial. Lo conversó con Levi y lanzaron los overoles de cintura.

Durante muchos años fueron los únicos fabricantes y comercializadores, hasta que la patente venció y la competencia salió al mercado. Entonces, Levi y Jacob Davis redoblaron la apuesta y crearon un logo de dos caballos tironeando de un pantalón que no podían romper. También le añadieron puntadas en forma de arcos que se unen en el medio en los bolsillos traseros.

En 1932 lanzaron la versión femenina. En 1936 le agregaron una etiqueta roja. La clasificación de jeans recién fue adoptada en 1960.

Levi Strauss falleció en 1902 y no tuvo hijos ni matrimonios, así que fueron sus sobrinos quienes quedaron a cargo de la empresa.

En 1953, Marlon Brando apareció en la pantalla con una emblemática imagen con vaqueros y campera de cuero negro con cierre. A partir de ese estruendo rebelde que fue "Nido de ratas", el jeans se convirtió en el uniforme juvenil. Dos años después llegaría James Dean con sus vaqueros azules, su camiseta blanca, sus botas y su campera de cuero. La moda era un ataque subversivo a las costumbres, porque aquel look se asociaba a obreros y matones y promovía la igualdad social. Desde aquella revolución callejera a hoy, el jeans se convirtió en la prenda infaltable de todo el mundo.

En la década del '80, cuando Calvin Klein estampó su firma en los pantalones de trabajo, su variedad y consumo fue imparable. Llegó a todos los estratos sociales y para todas las ocasiones.



Brooke Shields tenía sólo 15 años cuando protagonizó el polémico anuncio de Calvin Klein "¿Quieres saber lo que se interpone entre mis Calvin y yo? Nada."



Avicoper

¿CÓMO SE HACE UN HUEVO?

La granja comenzó a producir en el '72, convirtiéndose con el tiempo en una de las industrias más importantes de Pergamino. Las claves de “un buen negocio”, según Jorge Nazar, su propietario, y su hijo Tomás.

POR GABRIEL PANDOLFO
FOTOS: ALEJANDRO CALDERONE CAVIGLIA

“La primera persona que toca un huevo es el ama de casa”, dice Jorge Nazar, propietario de Avicoper, enfundado en su impecable guardapolvo blanco. Empezó en la actividad muchos años atrás, en el '72, con un modesto terreno en Pergamino; unas cuantas gallinas y socios chilenos, exiliados de la dictadura de Pinochet, los que le enseñaron los secretos de la producción avícola. “Es un buen negocio, pero no es fácil.”

Tras recorrer un largo camino, no exento de dificultades, hoy cuenta con una “granja” de 77 hectáreas, de las que hasta el momento ocupan 50, con un millón de gallinas ponedoras, distribuidas en 7 naves, y una octava en proceso de ensamblado.

En el año 2000 comenzaron la transformación tecnológica. Las naves (galpones) cuentan con tecnología de punta. Ensamblar cada una de ellas necesita de 60 operarios y 4 meses de trabajo. Son de origen italiano y tardan en llegar a destino un año y medio, luego de pactada la compra. Son casi herméticas, con estrictas normas de seguridad y salubridad. Dentro no vuela ni una mosca.

La nave es una dimensión singular, cubierta por una atmósfera que resume un vaho neblinoso. En una pequeña sala contigua, un operario chequea el tablero general. Allí está toda la información que controla el proceso. Cabe agregar que para entrar en la nave se debe usar un mono de protección sanitaria, y

al salir ser rociado bajo una especie de ducha con desinfectante.

Los intrincados parámetros de la operación están en el nivel correcto, determina el técnico frente al tablero. El flujo de alimento, de agua, la luz y la temperatura, entre otros datos, permiten que el proceso siga a velocidad de crucero. La gallina pone su huevo, la tecnología hace el resto.

El proceso está certificado con norma IRAM, la más alta exigencia del mercado europeo, con la que accedieron en el '90, luego de 39 años de trabajo, a exportar a Dinamarca, Israel, Emiratos Árabes y países africanos.

Emplea a 120 personas y terceriza parte de la logística. En el predio también se encuentran las secciones que completan la línea de producción, como el “egg inspector, crack detection, desinfección UV” y el empaque. También los talleres de almacenamiento, depósitos, grupos electrógenos y la casa de los caseros, siempre atentos a cualquier contingencia.

La nave va

Las tenues luces se encienden a las cinco de la mañana. Es un momento extraño, un amanecer artificial que se replica todos los días a la misma hora. Los interminables pasillos, flanqueados por jaulas dispuestas en filas de varios estantes, comienzan a poblarse de un leve rumor. La temperatura de la nave oscila entre los 24 y 28 grados centígrados.

Han pasado apenas segundos desde que la mortecina luz da marcha al nuevo día. No hay seres humanos a la vista. Poco a poco, las gallinas se despiertan en las jaulas donde disponen proporcionalmente de 380 centímetros cúbicos cada una. Regresan a este mundo de naturaleza automática, en el que producen un huevo cada 24 horas, máximo 27. “Las gallinas no esperan”, dice Jorge Nazar. Así lo harán hasta los 2 años y 3 meses, edad en la que declina su productividad.

Los sonidos de baja intensidad se propagan en ondas mecánicas. Las gallinas se mueven espasmódicamente en sus jaulas. Apenas en pie, agachan la cabeza y picotean su alimento compuesto de maíz, soja, vitaminas, proteínas y minerales. Lo devoran con avidez, mientras echan miradas furtivas a un lado y a otro. El proceso está en acción otra vez.

El huevo recién puesto rueda a una canaleta que lo transporta lentamente a lo largo de una línea automatizada que lo pesa y lo chequea de diferentes maneras; el grado de suciedad, el tamaño y demás parámetros de calidad, hasta colocarlo en el maple con la punta hacia arriba.

“La producción de huevo blanco es más eficiente que la del marrón. Tiene mejor rendimiento que el que produce la gallina Brown, que es más grande porque la gallina come más y es más gorda”, explica Tomás Nazar, hijo de Jorge. “Sea huevo blanco o marrón, la industria es la misma”, señala su padre. “El huevo blanco es más económico, sin sacrificar la calidad.”

Avicoper produce con genética estadounidense y europea, última tecnología y cuidados de sustentabilidad, como envases ecológicos 100% reciclables y biodegradables, y paneles solares. “El huevo produce la más baja emisión de dióxido de carbono.”

El viaje de las gallinas comienza al día de vida en una caja de cartón para cien pollitos. Desembarcados en el criadero de Avicoper, ubicado en la localidad de Urquiza, a 17 kilómetros de Pergamino, al cumplir las 18 semanas de engorde son trasladadas a la granja de postura, donde inician el ciclo de ponedoras, previa vacunación. “Es falso que se les inyecten hormonas en el cogote y que por tal razón a los hombres les crecería el pecho”, desmiente Jorge Nazar.

Al fin de la vida productiva, 2 años y 3 meses aproximadamente, se las faena para la industria de la carne o se las cocina para patés y caldos. Sus patas y vísceras se exportan a mercados que las consumen.

Universo avícola

En la naturaleza, una gallina tiene un promedio de vida de 5 años, aunque algunas doblan ese tiempo o lo superan, según el Libro Guinness, que da cuenta de una gallina que vivió 17 años. Según los arqueólogos, estas aves se originaron en el sureste asiático hace unos 8 mil años, que habrían sido domesticadas en la India. En el debate sobre qué fue primero, si el huevo o la gallina, la ciencia ha contradicho a Aristóteles, quien aseguraba que lo primero fue la gallina. Para la ciencia, la gallina se formó en un huevo de otra especie, eslabón de su evolución.

Su desarrollo comienza alrededor de la semana 20 de vida, liberando un ovocito al mes, proceso natural como la menstruación en mamíferos. Todas las aves ovulan.

Al cumplir las 30 semana de edad, ovula cada 24/27 horas. Dicho ovulo es pujado al exterior envuelto en una cáscara de calcio. Las gallinas no necesitan macho para dar huevo, sólo necesitan luz, temperatura templada y 8 horas de sueño.

En el caso de tener un macho, el huevo sale fecundado. Pueden ser varios huevos, en días subsiguientes, en la medida que el gallo continúe dando rienda suelta a sus instintos día tras día. La gallina los empolla durante 21 días y los pollitos rompen el cascarón. A esta gallina se le llama clueca. Así ocurre con todas las aves silvestres, sean pájaros o patos.

AVICOPER PRODUCE con genética estadounidense y europea, ÚLTIMA TECNOLOGÍA Y CUIDADOS DE SUSTENTABILIDAD.

Ahora, bien: si la gallina vive en jaula y no tiene donde empollar, aunque sea un huevo no fecundado, sigue produciendo huevos cada día, regularmente. De eso se trata el negocio de Avicoper, de producir huevos a gran escala -alimentando a las gallinas para que conviertan el alimento en huevos- con aves híbridas, producto de cruzamientos selectivos para mejorar la productividad.

Por docenas

Avicoper atiende toda la cadena de producción desde la granja de crianza y de postura hasta la planta propia de alimento balanceado y de clasificación, donde tecnología de última generación monitorea los huevos con una luz especial que detecta cualquier anomalía por dentro y por fuera, descartando los que no son aptos para el consumo. En la línea de empaque son clasificados por su tamaño y peso para colocarlos en maples. Cuentan con una amplia flota de camiones y vehículos especiales para las entregas.



Jorge Nazar y su hijo Tomás.

Los huevos se presentan en diferentes formatos y características. Uno de ellos es el de alto contenido de Omega 3, resultado de gallinas alimentadas con semillas de lino y harina de pescado; ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares, reduce el colesterol, mejora la diabetes y reduce la presión arterial. También el Super, con más de 70 gramos por unidad, y el Plus, extragrande y de mejor calidad. Empresas de primera línea los eligen como proveedores. Sus clientes son los supermercados Disco, Jumbo, Makro, Changomás, Carrefour y Coto, además del consumidor que los compra sin intermediarios.

Son pioneros en el país en el desarrollo de la exportación de huevos con cáscara, aunque al depender de precios interna-

cionales son mercados inconstantes. “Se exporta muy poco en este momento”, informa Jorge. Llegan a Asia, África (Angola), Israel y Medio Oriente (Dubai). También a Dinamarca.

“Nos interesan mucho los mercados de Medio Oriente, que son los que más demandan este producto. El mercado europeo nos pone muchas barreras arancelarias y normas sanitarias que lo encarecen”, señala Jorge.

Con la tecnología más avanzada, la producción de Avicoper está avalada por exigentes instituciones como el Sistema de Certificación y Seguridad Alimentaria.

No faltan al encuentro mundial que se realiza en la ciudad de Atlanta, Estados Unidos, donde se sacan conclusiones y se conocen novedades como el expendedor au-

tomático de huevos de Dinamarca. “La gente ya compra huevos hechos, inclusive huevos revueltos”, señala Jorge.

Observan con atención al sector en Italia, Países Bajos y Alemania, líderes en la materia.

“Constantemente estamos invirtiendo, manteniendo a la industria en los más altos niveles de competencia”, señala Jorge. “Avicoper se transformó en una importante industria de Pergamino.”

“SE DEMOSTRÓ QUE EL HUEVO ES SANO Y MUY NUTRITIVO. después de la leche es la mejor proteína animal.”



Todo se transforma

Tomás detalla el funcionamiento de las naves, los parámetros y las características generales de la industria, tanto como la importancia del control de roedores (ratones); de pájaros, por lo cual se introdujeron aguiluchos en el predio, y el trabajo de veterinarios. También del tratamiento de los desechos. Buena parte de la producción de guano se destina a una planta de generación de energía eléctrica renovable

ARGENTINA es el CUARTO CONSUMIDOR MUNDIAL de huevos.



y de fertilizantes. A partir de la generación de biogás por fermentación, se transforman los residuos en energía limpia y sustentable. Por otra parte, fertilizar los suelos con un producto natural da excelentes resultados.

Su cáscara contiene un 94% de carbonato de calcio, con el que la industria farmacéutica produce maquiillajes y medicamentos a base de calcio, y continúa investigando sus propiedades para el desarrollo de nuevos productos. En cuanto al huevo como alimento, la Asociación de Cardiólogos de Estados Unidos recomienda consumir un huevo diario.

“Cuando yo empecé, comer un huevo era un lujo”, dice Jorge. Hoy Argentina es el cuarto consumidor mundial. “Se



“Nos interesan mucho los MERCADOS DE MEDIO ORIENTE, que son los que MÁS DEMANDAN ESTE PRODUCTO.”



El guano (desecho) se destina a una planta de generación de energía eléctrica renovable y de fertilizantes. A partir de la generación de biogás por fermentación, se transforman los residuos en energía limpia y sustentable. Por otra parte, fertilizar los suelos con un producto natural da excelentes resultados.

demonstró que el huevo es sano y muy nutritivo. Después de la leche es la mejor proteína animal.”

Se aconseja no lavarlos. Y no consumirlos si la cáscara está sucia o cascada. En general, los descartes se destinan para la fabricación de huevo líquido y en polvo, productos que se exportan.

La cuestión del “huevo fresco” no pasa desapercibida. Los expertos explican que, como la cáscara es permeable, a medida que pasan los días más aire contiene. Para determinar la frescura del huevo se recomienda echarlo a un recipiente con agua y un poco de sal. Si se queda en el fondo es muy fresco; si flota a media altura, medianamente fresco; si flota totalmente, está en mal estado. Como regla general, un huevo vence a los 35 días. Atención, distraídos.

La razón por la que los huevos no son exportables para consumo humano, se debe a que el “transit time” a Europa, por ejemplo, es de alrededor de 30 días, cuando el huevo ya está próximo a vencer. Lo que se exporta se destina para uso industrial. Llegados a destino, se quiebran, se pasteurizan y se hacen polvo. Estos huevos viajan en contenedores refrigerados con todos los cuidados sanitarios y fecha de vencimiento a los 60 días.

De la gallina a su mesa hay un largo recorrido, pero ¿qué seríamos sin huevos, “Dibu”? 🐣

Italimpia-Nardi S.A.

JUEGO LIMPIO



Luis “Gigi” Nardi llegó a Argentina en el ’50 y comenzó a fabricar cepillos de cabello. En la actualidad, la empresa que fundó, radicada en Pergamino, es una de las tres más importantes de Sudamérica en el rubro limpieza profesional.

POR CARLOS FALERO FOTOS: ALEJANDRO CALDERONE CAVIGLIA



Gustavo Nardi, director comercial.

En el '50, el veneciano Luis Nardi llegó a la Argentina, huyendo de una Italia acuciada por las privaciones de la dura posguerra. Empezó fabricando cepillos para el pelo, los que vendía a particulares y a peluquerías. Honradamente fue cosechando los frutos de su empeño. En 1963 fundó una pequeña empresa de cepillos. Creativo e incansable trabajador, inventó un cepillo para brushing. Fue un suceso que lo estimuló a seguir innovando.

Con el correr de los años, en el '80, su crecimiento comercial le permitió transformar su pequeño emprendimiento en una empresa de productos de limpieza para el hogar. Tiempo después, en 1991, impulsado por la globalización y la ampliación del mercado, fundó Italmipia. Esta nueva empresa buscaba una demanda más intensiva. Pensó en los aeropuertos, hospitales, industrias, hoteles y empezó a fabricar productos para estos sectores. "Todos tienen que limpiar", se repetía.

El paso siguiente fue mejorar su producción con investigación, desarrollo, servicios y tecnología. Mopas, baldes con escurridores, carros de traslado y cepillos industriales, entre otros productos de su extenso catálogo. Se destacó como fabricante de artículos de limpieza de uso profesional. La asociación con las

químicas que proveían los insumos -detergentes, desinfectantes, desodorizadores, etcétera-, tan necesarios como el agua, le dio un nuevo espaldarazo. Su objetivo era llegar a la máxima eficiencia, a partir de los cuatro pasos de la limpieza: tiempo, químico asociado, acción mecánica y temperatura.



EL CÓDIGO DE COLORES
ES UN MÉTODO EFECTIVO
PARA PREVENIR LA
CONTAMINACIÓN CRUZADA;
 establece los implementos que se deben utilizar en cada área.



A todo color

Hoy la compañía es dirigida por sus hijos varones. Luis, el mayor, maneja las finanzas; Luciano, la producción; Gustavo, el área comercial. Las dos mujeres forman parte de la empresa, pero no desempeñan una función determinada.

Italmipia ocupa un área de 15.000 m2, separados en una planta fabril de 3.900 m2, depósitos de 1.200 m2 y 200 m2 de oficina comercial y showroom. Moderna y funcional, la fábrica está equipada con maquinaria de última generación tecnológica, y sus pisos relucen, por cierto.

"Contamos con una red de distribuidores locales -señala Gustavo Nardi-, divididos por zonas geográficas y canales de venta. De esta manera todos los usuarios finales, pueden acceder a nuestros productos y servicios. No operamos con ventas directas al público."

Desde su departamento de comercio exterior viabilizan la llegada a otros mercados a través de importadores o distribuidores de distintos países. Estos son capacitados por medio de cursos informativos que se dictan para dar un mejor servicio al usuario final, en cuanto a uso y comercialización de su variada producción.

Una de sus innovaciones es el código de color. "Este código para la

limpieza es quizás uno de los métodos más efectivos para prevenir la contaminación cruzada, y así evitar intoxicaciones, por ejemplo", explica Gustavo. Es un método sencillo para la rutina de limpieza, regulada por medio de colores que establecen los implementos que se deben utilizar en cada área. De esta manera se elimina el margen de error y reduce el tiempo de formación

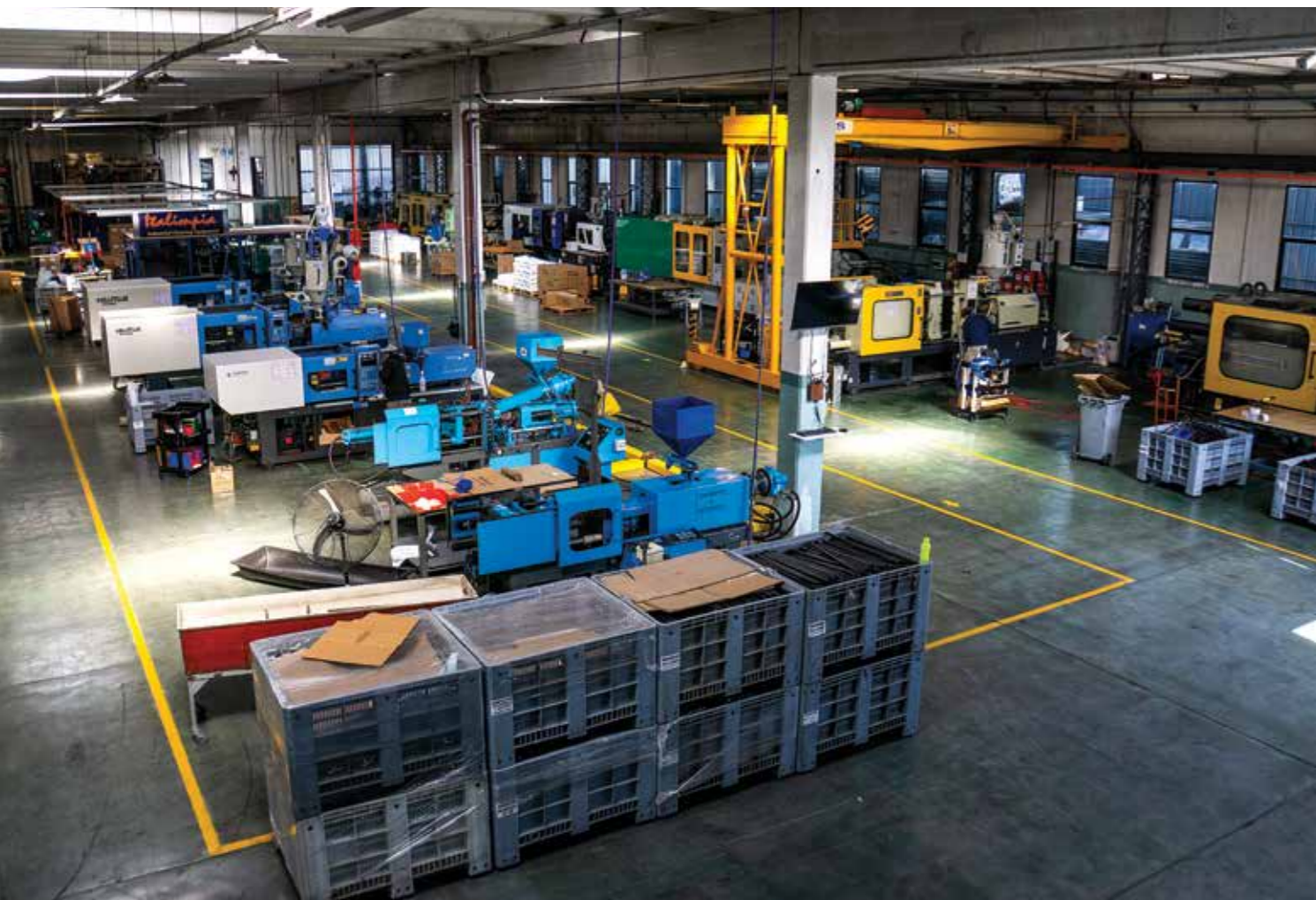
del personal de limpieza, con una fácil ejecución gracias a sus claves visuales.

Al mundo limpio

Fabrican 400 productos diferentes, ecológicos, que tienen una vida útil de entre 3 meses y 4 años, según sus características y función. "Sus ventajas comparativas son la ergonomía, la capacidad



El Departamento de Comercio Exterior de la empresa capacita a importadores y distribuidores con cursos informativos para dar un mejor servicio al usuario final, en cuanto a uso y comercialización de su variada producción.



de higiene, la eficiencia y la seguridad.” Son muy valoradas sus mopas de microfibras. Los químicos que utilizan no son agresivos, sino efectivos.

Otro aspecto que no descuidan es cómo se limpia lo que limpia. Parece un detalle menor, pero no lo es. Como tampoco lo es el modo de uso de sus implementos. Por ejemplo: al pasar la mopa se debe caminar hacia atrás y deslizarla sobre la superficie en forma de 8. Nada se deja librado a la improvisación.

“Trabajamos todos los procesos; plásticos, aceros, gomas”, detalla Gustavo Nardi.


Tras más de 20 años en Argentina y presencia a través de distribuidores en Chile, Brasil, Uruguay, Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, Panamá, Costa Rica, Honduras, México, España, Corea y Arabia, en 2020 instalaron una oficina comercial en Brasil. Hoy Italimpia es una de las tres empresas dedicadas a fabricar productos para limpieza

Italimpia exporta a Chile, Brasil, Uruguay, Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, Panamá, Costa Rica, Honduras, México, España, Corea y Arabia.

En 2020 instalaron una OFICINA COMERCIAL EN BRASIL.

más importantes de Sudamérica.

Son parte de la vanguardia y de la innovación mundial del sector, por eso no falta su stand en la Feria Internacional de Limpieza Profesional “Interclean Amsterdam”, donde se codean con toda la industria de la limpieza y el mantenimiento. También se hacen presentes en las cíclicas ferias internacionales de Estados Unidos y Brasil.

Italimpia, instalada en el Parque Industrial de Pergamino, es un orgullo de la ciudad que la vio nacer. Es el legado de un modesto veneciano, que un día del '50 llegó al puerto de Buenos Aires solo, con una maleta de cartón y poco dinero en los bolsillos. En su corazón latían los deseos de una vida luminosa. Creyó en ello ciegamente y le puso manos a sus sueños. 



Pasión por el vino, compromiso con el planeta.

www.alarlamborghiniargentina.com | www.alartoken.com

Olga Cossettini 1545, C1107 Puerto Madero. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Lugares

POR LAS CALLES de Pergamino

Una ciudad para disfrutar, a sólo 220 km. de C.A.B.A. Su oferta turística es ideal para una escapada de fin de semana. El encanto de sus veredas, las tradiciones de los pueblos que la rodean, invitan al ocio y activan la curiosidad.



Sur Home (Dorrego 274) es la casa de decoración de Vire y Mane Mosca, hermanas, amigas y socias. Producen artesanalmente, a medida y con materiales de calidad. Promueven el consumo consciente con propuestas atemporales y duraderas. Muebles, blanquería, iluminación y accesorios originales.



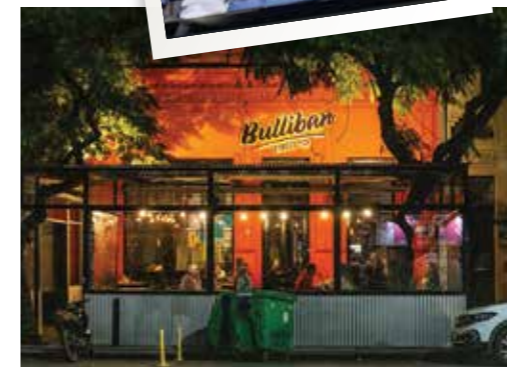
Una variada oferta para el paseante que recorre las calles de la ciudad de Pergamino, principalmente la concurrida Avenida de Mayo. Bien iluminada y segura, sus limpias veredas y atractivas vidrieras dan prueba de su envidiable calidad de vida.

Tentadores restaurantes, bares y cervecerías, y las animadas opciones de entretenimiento, tanto como sus locales de ropa de marcas reconocidas a nivel nacional y de su producción local de alto nivel, hacen de la ciudad un destino de fin de semana para tener en cuenta.

Apodada “la capital de la semilla”, Pergamino es el centro de la zona Núcleo del país, una de las tierras más fértiles del mundo y con los más altos valores de venta, lo que garantiza que seguirá floreciendo en calidad y servicios.

Sus características invitan a pasear y conocer. Además de su oferta gastronómica y textil, vale la pena disfrutar de sus costumbres y tradiciones, y de su riqueza patrimonial histórica y cultural.

Se distingue por su amplia variedad de actividades deportivas y culturales, tanto en la ciudad como en los 12 pueblos rurales que conforman el partido, los cuales poseen festividades con evento incluido. No faltan los museos, entre lo que se destaca la casa natal del ex Presidente Arturo Illia, tampoco las experiencias de campo en estancias, vuelos de bautismo, cabalgatas y cicloturismo, entre otras atracciones. **RB**



Paladares. (Monteagudo 344) Lugar de encuentro y delicias. Su clima relajado y el trato amable de su personal, brindan el entorno perfecto para una noche mágica. Su creador, Walter Baccarini, no deja detalle librado al azar.



Mario Alonso Puig (69)

Las
del
dimensiones
del
**BIEN
ESTAR**

Nacido en Madrid, España, es médico especialista en Cirugía General y del Aparato Digestivo, miembro en Cirugía por la Facultad de Medicina de la Universidad de Harvard, y miembro de la Academia de Ciencias de Nueva York y de la Asociación Americana para el Avance de la Ciencia.

Actualmente da conferencias y cursos a nivel internacional sobre Liderazgo, Comunicación, Creatividad y Gestión del Estrés.

POR GABRIEL PANDOLFO
FOTOS: ALEJANDRO CALDERONE CAVIGLIA

¿Emociones sanas, cuerpo sano?

-El ser humano tiene la dimensión física, es la más evidente para nuestros sentidos, la dimensión psicológica que incluye el mundo emocional, y la dimensión espiritual que es la dimensión más profunda, que es como yo me relaciono con lo más hondo que hay en mi interior, como me relaciono con los demás y como me relaciono con el mundo, con la vida, con la naturaleza. Las tres dimensiones están profundamente entrelazadas, es como un cuadro hecho con tres colores diferentes. Si quitamos uno de esos colores, ya el cuadro no es el mismo. Nos pasa exactamente igual. Hay que tomar en consideración a las tres.

-Usted dice que en su viaje interior encontró una mina de oro, ¿a qué se refiere?

-He tenido experiencias muy profundas, muy transformadoras, y, más allá de que es una experiencia muy personal, puedo comentar los resultados de esa experiencia. Donde había miedo, encontré una sensación de paz, de confianza. Donde había dudas, incertidumbre, encontré una sensación de certeza y de claridad notables. Donde existía titubeo, esa actitud propia del que no sabe muy bien hacia donde avanzar, encontré una confianza absoluta. He podido, en algunos momentos, ver cosas sobre mí mismo, sobre los demás, sobre la naturaleza, sobre la realidad frente a la que estaba ciego. Es muy difícil de explicar con palabras. Experimenté una profundísima conexión llena de belleza y un enorme respeto.

-¿Algo así como lo que los budistas llaman satori?

-Sí, una percepción de unidad. De alguna manera aquella experiencia me hermanó, aunque fuera por unos minutos, con una naturaleza que antes disfrutaba, pero que veía como ajena. He visto cosas en mí que desconocía que existían, y he experimentado recursos que no sabía que tenía.

-¿Cómo se lo explica?

-No tengo una explicación racional. Lo que sé es que tienen un poder transformador, muchas personas han experimentado cosas parecidas.

-¿Uno debe entrenarse para tener esas experiencias?

-Hay una vía que es la súbita y otra que es la progresiva. Yo llevo haciendo trabajo interior durante varias décadas, pero uno no decide cuando sucede. Uno sólo tiene que estar preparado a que suceda.

-Estas conexiones que describe, ¿no se las puede confundir con ilusión?

-Hay personas que son muy adictas a lo estrictamente material, que consideran que todo fenómeno supraconsciente es una ilusión o resultado de una enfermedad. Yo escuché a un catedrático de neurociencias muy prestigioso y al cual aprecio mucho, decir que las experiencias místicas de Santa Teresa de Ávila fueron el resultado de una epilepsia. Ahora, ¿quién puede creer que, como resultado de un brote epiléptico, tu seas capaz de trans-

“Si me CONOZCO MEJOR y me COMPRENDO MÁS podré superarme de una manera más efectiva.”

formar todo un movimiento espiritual a nivel mundial. Resulta difícil de creer.

-En un mundo tan convulsionado y de tanta confusión, ¿se puede discriminar qué es real y qué es fantasía o falsedad?

-Es una gran pregunta. La realidad tiene infinitas posibilidades. Nosotros somos capaces de captar una parte, dependiendo de nuestro marco de referencia. Por ejemplo, es verdad que parece que estoy quieto según nuestro marco de referencia. Estamos sentados en un sillón, estamos quietos, pero desde otro marco de referencia, si nos vamos a la estratósfera, veríamos que el planeta está rotando, por lo tanto, no estoy quieto. Estamos a una velocidad de rotación del planeta de mil setecientos kilómetros por hora. Si me fuera más lejos, vería también el movimiento de traslación alrededor del sol, que supera los cien mil kilómetros por hora. Entonces, no sólo no estoy quieto, sino que me estoy moviendo a una velocidad vertiginosa. ¿Es falso que

yo esté quieto? No, no es falso. Es real desde mi perspectiva.

-¿Por qué es tan difícil vivir en el presente?

-Porque el presente nos asusta. La pregunta es por qué nos asusta, y la respuesta a la que yo he llegado es porque a la falsa identidad con la que nos hemos identificado, valga la redundancia, asusta porque nos marca una realidad que nos saca del mundo mental. Mientras yo esté atrapado por el mundo mental, no podré conectar con el mundo real. ¿De qué manera puedo salirme? Estando ausente. ¿Cómo estoy ausente? Me voy al pasado o me voy al futuro. Es decir, hoy sabemos que cuando vamos al pasado o al futuro salteo una red neuronal que se llama “red neuronal por defecto” y esa red neuronal está asociada con la

pérdida de salud, mientras que cuando estamos enfocados en el aquí y ahora, enfocados en el presente, la sensación de bienestar mejora, y además mejora la salud. Por tanto, aunque estamos llamados a estar en el presente, que es donde están normalmente los niños pequeños, vamos despegándonos del presente.

-¿Por qué?

-Es nuestra relación con la línea del tiempo. Nosotros tenemos dos hemisferios en el cerebro. El hemisferio izquierdo es el de la línea del tiempo. La línea del tiempo por definición es pasado, presente y futuro, mientras que el hemisferio derecho vive en un presente eterno. El hemisferio izquierdo tiene tiranizado al hemisferio derecho. La línea de tiempo es contaminada por esta tendencia tan grande a traerse lo negativo del pasado y la angustia del futuro. Esto es debido a que hay una especie de programación mental que se llama ego. El ego humano considera que no tenemos derecho a ser felices. ¿Cuándo uno va al pasado se trae



Autor de best-sellers como “Vivir es un asunto urgente”, “El camino del despertar”, “Resetea tu mente” y “Tus tres superpoderes”. Tiene dos millones y medio de seguidores en Instagram.

momentos felices? No. ¿Ha habido fragmentos de momentos felices? Sí, pero la mayor parte de los fragmentos que se trae son de lamentos, de resentimiento, de viejas culpas, de vergüenzas. ¿En el futuro no puede haber cosas interesantes? Sí, pero traemos cosas que generan angustia y preocupaciones. Precisamente por eso, porque considera que no merece ser feliz. Eso está en la base de muchísi-

mos problemas de autoestima. Hay tantas personas que cuando tienen éxito empiezan a boicotarse, a decirse que esto no puede ser nada bueno, y se angustian.

Aprende a ser

-¿Creamos nuestra propia imagen?

-Sí, nosotros creamos nuestra imagen en base a varias cosas. Ejemplo: yo soy

pequeñito, tengo cuatro años, tiro esta copa sin querer, no me he dado cuenta, y mi padre dice ¡Marioooo! Has roto la mejor copa de cristal que teníamos. Entonces, hay un hecho, hay una emoción, el grito de mi padre, y el niño interpreta el problema. El problema es la interpretación que hago con lo que sucede. Si yo interpreto que se ha roto un objeto, que ha afectado emocionalmente a una persona, tengo que tener cuidado con eso. Si yo interpreto que soy torpe, a partir de ese momento empezaré a buscar comportamientos de mi torpeza, y si no las encuentro, las voy a fabricar.

-Pero vivimos en una cultura del pecado, de la culpa, de la autoridad que sanciona lo que no está bien.

-Depende de la persona. La persona que de alguna manera quiere corregir en lugar de castigar, es una persona que facilitará el aprendizaje. La persona que quiere generar miedo, favorecerá sentimientos de culpa, de humillación, porque eso hará más manipulable a la persona.

-¿La conciencia es individual o colectiva?

-La conciencia es el campo de más debate e investigación actualmente. Hay un grupo de investigadores que considera que la conciencia tiene la tarea de darse cuenta: estoy aquí, está haciéndose de noche, cosas que se explican exclusiva-

mente desde la actividad cerebral. Hay una conciencia propia, y hay una conciencia universal. Una de las personas que más habló de esto fue un médico de un enorme prestigio, Gustav Jung, que hablaba de un inconsciente colectivo. Cuando hablamos de conciencia no estamos hablando

solo de lo que nos damos cuenta, sino de aquello de lo que no nos estamos dando cuenta a nivel consciente, pero que sí sabemos a nivel inconsciente. Por ejemplo, yo a nivel consciente no podría decir mi frecuencia cardíaca actual, pero hay una conciencia inconsciente, localizada en el hemisferio cerebral derecho, que es la puerta al inconsciente, que sabe exactamente como está ahora mi frecuencia cardíaca y tiene la capacidad de mandarme un mensaje. Oye, la tienes muy alta,

“Hay una REALIDAD MUCHO MÁS PROFUNDA de la que nosotros podemos captar.”



Alonso Puig con su mujer, Isabella. Ha dedicado parte de su vida a explorar el impacto que tienen los procesos mentales en el despliegue de nuestros talentos y en los niveles de salud y de energía que experimentamos.

descansa, duerme un poco. Todas estas cosas forman en su conjunto la conciencia. Es de lo que vienen hablando tradiciones místicas tanto de oriente como de occidente. Yo creo que existe una

solamente me reconozco como una persona, sino que empiezo a hacerme preguntas. Creo que la propia evolución de la conciencia es la que va a hacernos preguntas que no nos habíamos hecho.

llegó a su límite?

-Para mí esa es una pregunta de enorme calado, porque no podemos tener la seguridad de que tenemos la evolución garantizada. Si me preguntas qué posibilidades tiene el ser humano de evolucionar hasta el nivel equis, yo contestaría: depende de su nivel de colaboración. Si rompemos las barreras que nos enfrentan, reducimos el nivel de conflictos que tenemos, aprendemos a tratarnos con más respeto, con más empatía y mayor ternura, si buscamos la colaboración por encima de la rivalidad, está garantizada nuestra evolución en la tierra, porque esa colaboración va unida al cuidado de la naturaleza. **BB**

“Cuando estamos enfocados en EL AQUÍ Y AHORA, la sensación de bienestar mejora.”

conciencia individual, que a su vez está conectada con la conciencia colectiva.

-¿Evoluciona la conciencia?

-Llega un momento en que surge una autoconciencia mucho más profunda. Como fruto de esa autoconciencia, no

Según vayamos contestando esas preguntas, podremos evolucionar. Si me conozco mejor y me comprendo más, podré superarme de una manera más efectiva. La conciencia es un punto clave.

-¿El hombre seguirá evolucionando o

Según vayamos contestando esas preguntas, podremos evolucionar. Si me conozco mejor y me comprendo más, podré superarme de una manera más efectiva. La conciencia es un punto clave.



“ fabricantes de máquinas para lavandería ”

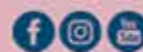
Decisiones inteligentes y rentables



LAVADORAS, SECADORES Y PLANCHADORAS

Equipos industriales de máximo rendimiento para lavanderías de hoteles de prestigio

Visite nuestra web



www.barciaindustria.com.ar

Bárbara Elliott (34)

El VIAJE de la HOSPITALIDAD

Es nieta del salteño Alfredo Olmedo, el mayor productor individual de soja en el mundo. Master en Business Administration, tiene un MBA en Gestión Hotelera y se recibió con honores en Les Roches, la prestigiosa escuela en Suiza basada en los campos de hospitalidad, turismo y organización de eventos, que la nombró Embajadora de las Escuelas Les Roches en Latinoamérica.

POR DIANA GARRAHAN

FOTOS CLAUDIA CÓRDOBA

Su referente es su abuelo, Alfredo Olmedo, un sólido cultivador de soja y del bajo perfil en igual proporción desde su ciudad natal, Rosario de la Frontera, Salta, donde se crió Bárbara. Su padre con otros socios era propietarios del hotel Howard Johnson en esa ciudad. Su madre era profesora de inglés y es quien le enseñó a manejarse libremente

con ese idioma, lo cual le permitió estudiar en los mejores colegios del exterior.

A los 16 años entró a formar parte de la "familia" Howard Johnson, participando de reuniones de gerentes de los hoteles de la cadena. Desde aquellos tiempos, se decía: "Algún día yo voy a ser realmente gerente de algún hotel. Hoy estoy de invitada, pero algún día voy a estar acá opinando y sumando." Sin embargo, la vida la llevó a dedicarse a la consultoría.

-¿Cuándo se dio cuenta que le gustaba trabajar en la hotelería?

-A los 16 años me sentaba en el lobby de los hoteles porque me encantaba observar lo que pasaba con los huéspedes, los procedimientos, cómo atendían. Me apasionaba, aunque todavía no lo había considerado como una carrera. Cuando llegó el momento de decidir qué estudiar, hice un test vocacional con una profesora de mi escuela, que se llama Ledi, y ahí salió que la



profesión para mí era en el ámbito hotelero, en la parte ambiental y de sustentabilidad. Fueron muchas influencias que me guiaron en este camino y hoy es mi profesión y me encanta.

-¿Dónde comenzó sus estudios universitarios?

-Fui a estudiar a Córdoba, donde me recibí de Licenciada en Administración Hotelera y Gestión Turística. Hice toda mi tesis sobre el proyecto de inversión de un Howard Johnson en Carlos Paz. Mi proyecto fue lo que presentábamos a la cadena, a los bancos, a los inversores. La motivación fue el complejo Peko's, en Carlos Paz, un complejo recreativo, una especie de mini Disney, un lugar donde van los estudiantes y las familias. Mi proyecto era un parque temático, pero quería agregarle alojamiento. **-¿Así nació el Howard Johnson Carlos Paz?**

-Sí. El proyecto lo llevamos adelante mi papá, mi hermana Jessica y yo. Encontramos un terreno en Carlos Paz que era único, era un camping de muchas hectáreas con vista al lago y a la sierra, y lo adaptamos a nuestras necesidades. Desde que abrimos en 2016 hasta 2019, fui Gerente General de ese hotel.

-¿Como fue su experiencia con HJ?

turo. El hotel era muy de la familia, de la recreación, ese era nuestro fuerte, entonces se nos ocurrió crear un personaje que les contara historias, que fuera el guardián de la naturaleza, y fue muy bien recibido. Siempre tuvimos esa parte de sustentabilidad en el hotel. Como eso, un montón de cosas que queríamos hacer y HJ nos apoyaba. Siempre sentí eso, que estaban abiertos a nuevas ideas.

-¿Cómo ve a los hoteles de la cadena en Argentina, respecto al resto del mundo, donde Wyndham tiene 9.300 hoteles de sus distintas marcas?

-HJ en Argentina tiene totalmente otra imagen de lo que es HJ en otras partes del mundo. A mí siempre me gusta hacer esa diferencia. No son hoteles de ruta como en EEUU, sino que se ha trabajado mucho en la marca para que sea una cadena que eligen las familias y corporativo en Argentina. Es tan así que muchas veces no eligen un destino, sino un lugar dónde hay un HJ. Esto para mí es lo más importante que logró la cadena: imponer las marcas Howard Johnson y Days Inn en ese nivel.

-¿Cómo fue su experiencia como Gerente en Carlos Paz?

-Muy linda. Los huéspedes se fide-

(Grupo Hotelero Albamonte) no se da en otras cadenas.

-¿Cuándo se fue a estudiar al exterior?

-Luego de varios años de gerenciar un hotel, decidí que era hora de perfeccionarme y me inscribí en la mejor escuela del mundo, Les Roches, en Suiza. Primero hice un PGD, que es como un postgrado. Lo empecé a hacer a distancia por la pandemia. De día trabajaba en mi proyecto de las bicicletas eléctricas, y de noche, por los horarios de Europa, me dedicaba a estudiar. Luego, obtuve mi permiso y pude viajar a cursar de manera presencial. Les Roches

es la mejor Escuela Internacional de Dirección Hotelera y Turismo. Está situado en los Alpes suizos, cerca de la estación de esquí de Crans-Montana. Les Roches tiene campus en Abu Dhabi, Emiratos Árabes y en Marbella, España, y como parte de los estudios, nos enviaban a vivir experiencias reales. A mí me tocó ir a Dubai y Catar para el mundial de fútbol.

-¿Cómo fue su experiencia en Dubai y Catar?

-Me fui de Argentina directo a Dubai, y ahí me encontré con mis profesores y mis compañeros. Estuve 10 días

allí. Recorriamos 3 hoteles por día, y teníamos reuniones con los gerentes, con la gente de marketing, y al final del viaje teníamos que presentar un trabajo en la facultad sobre lo que viste y evaluaste. En Catar, la primera semana de capacitación fue cómo nos teníamos que comportar, las reglas de convivencia, la forma de vestirte, qué podías mostrar, que no. No podías mostrar piernas, no se podían sacar fotos a la bandera, había restricciones sobre las cosas que podías subir a redes sociales. Ellos están controlando todo. Después, durante el mundial, se

tuvieron que flexibilizar porque vino gente de todo el mundo y era imposible controlarlos. Terminada esa experiencia volví a Suiza y trabajé con la directora de Les Roches, Christine Demen Meier, por 6 meses. Fue una experiencia increíble, porque ella no solamente manejaba la universidad de Suiza, sino también la de China y España. Yo estaba a cargo de todas las reuniones y todos los protocolos y viajes de los estudiantes. Estuve ahí casi dos años y me recibí de Magister en Gestión Hotelera Internacional. El viaje esta vez fue ir a Chicago para ex-

**“ME ENCANTA
VIVIR LA EXPERIENCIA
de viajar por todo el mundo
CONOCIENDO CULTURAS.”**

-Para mí fueron como mi familia hotelera, y desde siempre les tengo un agradecimiento inmenso, como que me adoptaron desde mis 16 años y me invitaban a participar de las reuniones con los gerentes. Todavía guardo mensajes de aquella época, ni hablar de todo lo que generamos juntos. Al trabajar para una cadena hotelera, tenés manuales, tenés requisitos que hay que cumplir, pero HJ escuchaba nuestras ideas, siempre abiertos al fu-

zan y te encontrás todos los veranos con las mismas familias, ves cómo van creciendo los niños, y los corporativos te preguntan por sus colegas. Ahora, con Sebastián (Barbieri) generamos fuerzas entre todos los hoteles y los gerentes, algo que es super positivo. En otras cadenas no lo podés hacer. En HJ, en cambio, le mandás un wapp a un gerente de cualquier hotel y ahí no más te manda un contacto o un consejo. Esa comunidad que hay en GHA



perimentar la hotelería, ir de hotel en hotel, a los restaurantes. El eslogan de la universidad es “una forma de vida”. Uno no va a estudiar una materia, sino que desde el momento en que llegás, pasas a ser un hotelero, un hospitalario. Lo vivíamos las 24 horas y así te vas formando.

Una forma de ser

-¿La hotelería es “su forma de vida”?

-Lo que tiene Les Roches que a mí me encanta, es que te hacen sentir parte de una familia. Si vos estudiastes ahí, formas parte de una comunidad que se llama Les Roches Alumni. Eso está buenísimo porque la universidad cumplió 70 años y hay alumnos de hace mucho tiempo atrás que hoy son gerentes de hoteles super importantes, dueños de empresas y algunos que recién están empezando. Es una comunidad super interesante, que todos los años hacen reuniones. Yo fui a una en Suiza y a otra en Marbella. Dura 2 o 3 días y el networking es impresionante. Desde esa comunidad se buscan embajadores en diferentes países. Como

na. Lo primero que hago cuando vuelvo de esos viajes es recorrer todas las casas de mi familia. Mis dos hermanas viven en Córdoba, tengo mis 5 sobrinitos que los amo con toda mi alma, así que el domingo es día de estar con ellos. Mi hermano no se mueve de Salta, se quedó a cargo de mi perrita India cuando me fui a Europa. Y por supuesto visito a mi abuelo en Rosario de la Frontera. Siempre que vuelvo de un viaje es como que no estoy tranquila si no fui a verlo, y antes de viajar también voy a verlo.

-¿Que ofrece su consultora BE Hospitality by Barbara Elliott?

-Trabaja con los inversores en los proyectos desde el momento en el que uno quiere construir un hotel, el desarrollo del concepto. Lo acercamos a cadenas hoteleras, o crear el concepto para que sea un hotel independiente. Después capacitamos al personal. También trabajo para una consultora en Europa, que se llama Massimo Ianni, que hace proyectos para todo el mundo. Ahí trabajo como parte de su equipo.

-Desde el punto de vista de la sustentabilidad, ¿qué debe ofrecer un hotel?

eso pueda ayudar a otros. Me gusta mucho leer biografías de mujeres inspiradoras y hoteleros.

-¿Qué son los hoteles sustentables?

-Los hoteles sostenibles en el mundo optimizan el uso de los recursos medioambientales para reducir el impacto en el entorno y, en consecuencia, disminuir la huella de carbono. Son medidas necesarias que deben tomarse de inmediato. Esperar para implementarlas, lisa y llanamente puede ser irresponsable.

-¿Qué medidas son esenciales?

-La sostenibilidad en hotelería no consiste en una serie de acciones aisladas, como reciclar o pedir a los huéspedes que reutilicen toallas. Es un enfoque integral y a largo plazo que abarca todos los aspectos de la operación, cuidando a las personas, el entorno y la experiencia. Esto implica gestionar eficientemente el consumo de energía, agua y gas; implementar un sistema sólido de gestión de residuos; involucrarse con la comunidad local, preservando su patrimonio cultural y natural; y proteger al recurso humano mediante capacitaciones y bienestar laboral. Además, escuchar a los huéspedes y mejorar continuamente los procesos asegura un impacto positivo en todas las áreas del hotel. En este contexto, la innovación es un pilar fundamental en el camino hacia una hospitalidad más sostenible. En un mundo donde las expectativas de los huéspedes y los estándares ambientales evolucionan, la capacidad de innovar es clave para lograr un impacto duradero. El compromiso con la sostenibilidad también requiere innovación constante:

adoptar tecnologías limpias, diseñar espacios eficientes, promover el uso responsable de productos y aplicar soluciones creativas para mejorar cada aspecto de la operación. Solo con una visión holística, que integre todos estos elementos, se logrará un verdadero cambio. Estoy convencida de que los hoteles que transformen su impacto hoy serán los que lideren el cambio del mañana. **BB**

“LA MAYOR PARTE DE LAS VECES,
las familias no eligen
un destino, sino
UN LUGAR DÓNDE
HAY UN
HOWARD JOHNSON.”

no había ningún embajador en latinoamérica, me propuse en Argentina y Latinoamérica. Me encanta vivir la experiencia de viajar por todo el mundo, conociendo culturas y viendo cómo maneja una situación equis alguien de China, de Argentina, de África.

-¿Cómo siguió su vida luego de ese paso?

-Ya era momento de volver a casa, en Carlos Paz. Ahora, mi casa es Argenti-

-La sostenibilidad en los hoteles es un enfoque que busca minimizar el impacto medioambiental, promover la responsabilidad social y garantizar la viabilidad económica.

-¿Que le gustaría hacer en el futuro?

-Mi abuelo tiene una frase que está muy presente en mi vida: “Siempre hay que tratar de ser el mejor, pero nunca creerse el mejor”. Quiero seguir por el camino de la hospitalidad y que



Hotel Days Inn Zárate

Refugio encantado

Inaugurado en 2017, sobre un terreno de 4 hectáreas y media, los hermanos Diego y Rubén Solans construyeron un referente de hospitalidad en la zona, que combina confort, calidad y un ambiente que invita a regresar una y otra vez.

POR CARLOS FALERO FOTOS: ALEJANDRO CALDERONE CAVIGLIA



¡BIENVENIDOS!

Orientado al turismo corporativo, ofrece espacios ideales para reuniones, eventos, lanzamientos y, por supuesto, alojamiento. Para las familias que colman el hotel los fines de semana, se destaca el área infantil que incluye fantásticos toboganes de agua. También las canchas de paddle, fútbol, beach vóley y básquet.



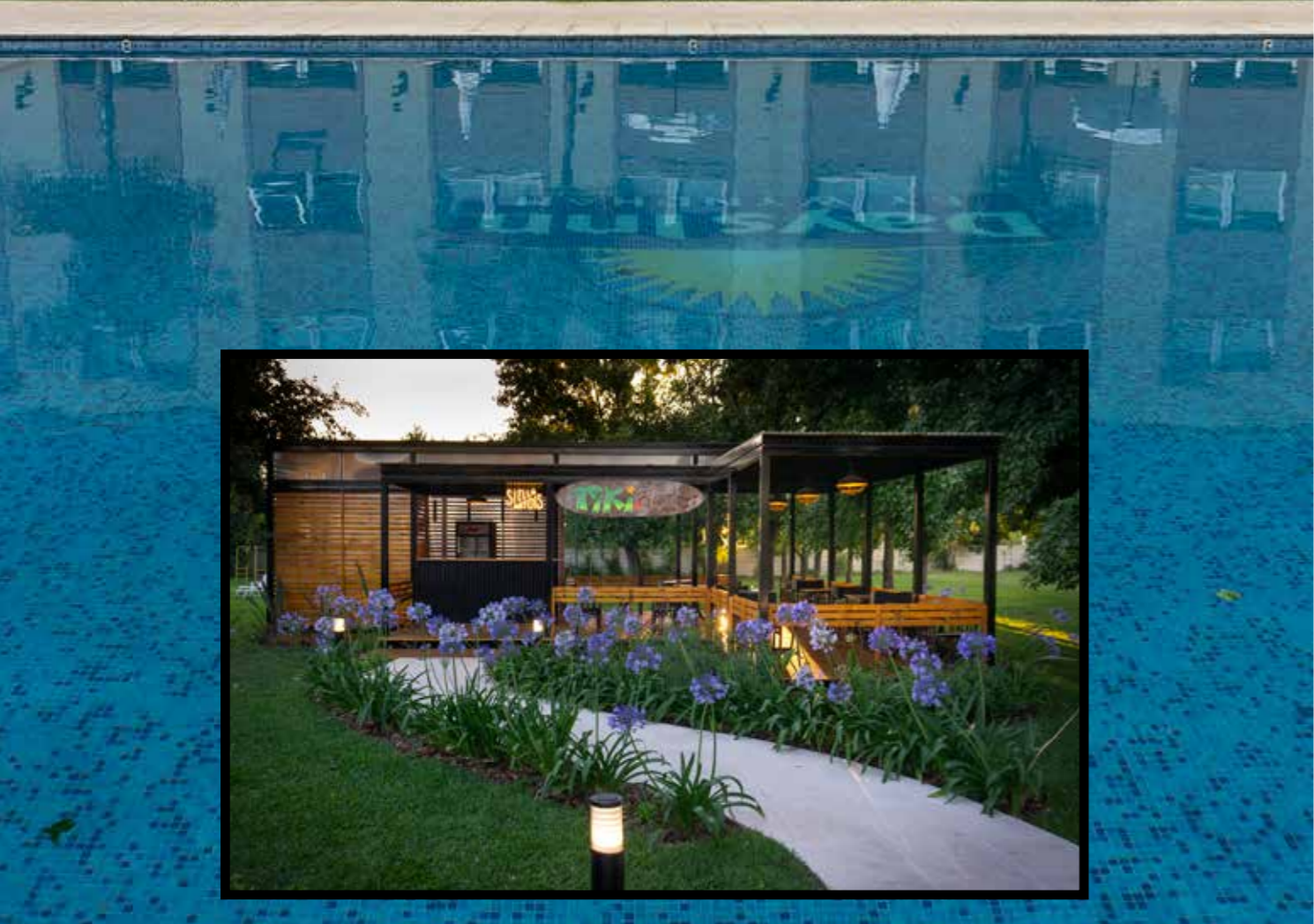
COMODIDAD Y PLACER

Con 80 habitaciones amplias y luminosas, y diversas instalaciones de sencilla y elegante decoración, pensadas para el confort de sus huéspedes. Imperdible el menú del chef Sebastián Churrarín y su cocina con ricas opciones tanto para adultos como para niños. Días de *buen humor* y *placer* para recordar con todo detalle.



CÁLIDO SOSIEGO

Espacios ideales para relajarse en un ambiente tranquilo, con un matiz especialmente romántico. Para los más chicos, metegol y ping-pong, y un seguro y divertido diseño de sus áreas de juego y jardines, para compartir con nuevos amigos en movimiento. *La mejor costumbre de pasarla bien*. Están invitados.



A PLENO SOL

La magnífica piscina al aire libre, reconforta y regala momentos de indudable alegría y satisfacción. Además, cuenta con piscina climatizada, gimnasio, sauna y servicio de masajes. Todo a medida del relax y el descanso. El Tiki Bar, dispuesto al aire libre, es ideal para las noches de verano donde *nunca es tarde*.

f i lacardeuse.com.ar
0810-888-2273



PRESENTAMOS
Life In Progress

LIP NO VINO
A CAMBIAR
TU FORMA DE DORMIR,
VINO A CAMBIAR
TU FORMA
DE VIVIR.



LA CARDEUSE

- 150 Años -

Cocho López (73)

La LEYENDA continúa

Oswaldo Abel López, popularmente conocido como Cocho López, es una referencia obligada del automovilismo argentino. Con una carrera llena de éxitos inolvidables, se ha consolidado como una figura destacada dentro y fuera de las pistas. “Todo en la vida es cuestión de actitud”, afirma.

POR CLAUDIA PANDOLFO FOTOS DE ALEJANDRO CALDERONE CAVIGLIA



Cocho festejó su cumpleaños en el Days Inn de Zárate.

Su pasión por la velocidad lo ha llevado a escribir páginas memorables en la historia del automovilismo. Sus logros deportivos son indiscutibles. En 1971 y 1972 fue campeón y subcampeón de Fórmula 2 Argentina y Sudamérica. También se consagró campeón del Turismo Nacional en 1976, campeón del TC2000 en 1979 y subcampeón de esta categoría en 1990 con un Fiat Regatta. Además, obtuvo el campeonato del Argentino de Pilotos en tres temporadas consecutivas: 1985, 1986 y 1987. En el ámbito internacional, compitió en la Fórmula 2 europea en 1979 y tuvo experiencias en la Fórmula 1. Participó en las prestigiosas 24 Horas de Le

*“Mi mujer me cuida,
me acaricia, me da amor.*

ME ENSEÑA A EVITAR LO NEGATIVO”.

Mans en 1975, representando a Ferrari, y en las 24 Horas de Daytona. Fue el único piloto en competir en cuatro categorías en un mismo año. También participó en el emblemático Rally Londres-México en 1970, finalizando en el Estadio Azteca el mismo día que comenzaba el Mundial de Fútbol, y en el legendario Rally Desafío de la Montaña.

-¿Qué lo hace feliz?

-Muchas cosas me hacen feliz. El momento que estoy viviendo con Verónica, mi mujer, con mis hijos y mis amigos. Que todos estén bien me llena de felicidad.

Más allá de las pistas

Cocho tiene una personalidad multifacética, característica que lo llevó a incursionar en el cine, la radio y la televisión, en la que participó en ciclos de gran popularidad como “Mesa de Noticias” y “Videomatch”. En la actualidad es columnista de “Grandes Campeones” y es comentarista de Fórmula 1, siguiendo de cerca al promisorio piloto Franco Colapinto.

-¿Qué ilusiones le quedan por cumplir?

-Seguir viviendo una vida como esta. Tengo un amigo que dice que ya viví cuatro vidas diferentes. ¡Que siga así!

Es amante de otros deportes que practica asiduamente, como el esquí en nieve y el golf. Además, cuenta con más de 35 años de experiencia como piloto de helicópteros y 5.000 horas de vuelo, siendo propietario del helipuerto Hangar Robinson, que está ubicado en el predio del Autódromo Oscar y Juan Gálvez de la Ciudad de Buenos Aires.

Un hombre agradecido

Está casado con Verónica Colussi y tiene cuatro hijos de matrimonios anteriores: Natalia, Luciana, Juan Manuel (“Cochito”) y Francisco (“Cocho I”). Es un abuelo presente y amoroso, y uno de sus nietos, León López Dietrich, ya sigue sus pasos en el karting a los 8 años.

En 2018, fue declarado ciudadano ilustre por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Su barrio natal, Mataderos, le rindió homenaje con un mural en la esquina de Av. Juan Emilio Rodó y Murguiondo, pintado por Maximiliano Bagnasco, sobre la pared del frigorífico La Pompeya, propiedad de su familia.

-¿Qué lo frustra?

-No pienso en esas cosas, no tengo nada para frustrarme. Todo lo contrario.

El 3 de diciembre celebró su cumpleaños rodeado de su familia y amigos, dándose el tiempo para almorzar con su viejo amigo Alberto Albamonte en el Days Inn Zárate.

-¿Qué deseo pidió en su último cumpleaños?

-Que todos los que amo sean felices. Y también un deseo para mi país, por el futuro de nuestros jóvenes, hijos y nietos. Es fundamental que los jóvenes se despierten y saquen adelante este país con los ojos bien abiertos.

-¿A quién le agradeció especialmente en su día aniversario?

-A mi mujer. Ella me enseña todos los días, me cuida, me acaricia, me da amor. Me enseña a hablar con palabras amables y a evitar lo negativo. Así transcurre mi vida, con palabras bonitas y felicidad.

Cocho López es mucho más que un piloto exitoso; es un hombre agradecido a la vida y con una filosofía que inspira a quienes lo rodean y lo escuchan.

-¿Se arrepiente de algo?

-Quizás de no hacer más cosas, pero tengo una vida plena. El arrepentimiento es una palabra negativa que no está en mi diccionario.

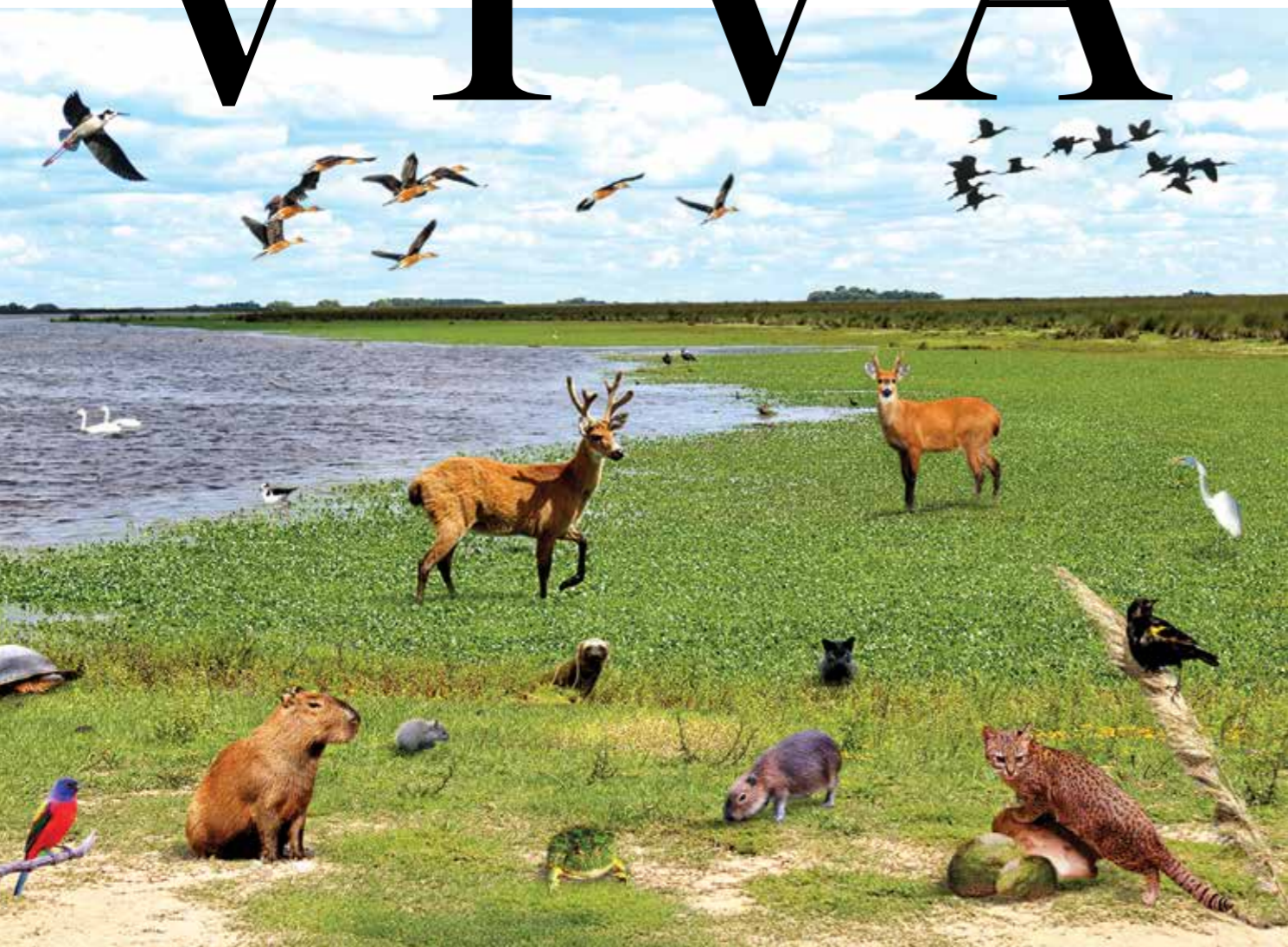
-¿Cómo enfrenta el paso del tiempo?

-Siempre pienso que todo es cuestión de actitud: pararse derecho, caminar erguido, levantarse con alegría. La actitud diaria marca la diferencia. 📖



Parque Nacional Ciervo de los Pantanos

NATURALEZA VIVA



POR MARTÍN PERKINS

Ubicada en el partido de Campana, provincia de Buenos Aires. Integra el Sistema Nacional de Áreas Protegidas. A sólo 66 kms. de la ciudad de Buenos Aires, y a 7 de Campana, ofrece una amplia variedad de actividades, desde avistamiento de aves hasta senderismo, kayak y camping.

El ingeniero Rómulo Otamendi (1852-1934), había trazado las vías de los ferrocarriles en Argentina, trabajo por el cual recibió en recompensa las tierras que conforman la reserva. Su propiedad fue legada y tras varias administraciones, en la década de 1980 fue abandonada. Entonces, el Poder Ejecutivo Nacional cedió la propiedad al control de la Administración de Parques Nacionales.

Sus casi 3.000 hectáreas son de vital importancia para la biodiversidad de la región, ya que cuenta con tres ecosistemas bien delineados: Delta e Islas del Paraná, Pampa y Espinal. Sus objetivos generales son la educación e interpretación ambiental, y la preservación de especies de fauna y flora y la diversidad genética.

Está habitada por animales y 300 especies de aves en peligro de extinción, por lo que está categorizada por la denominación de AICA (Alta Importancia para la Conservación de las Aves). Allí se pueden avistar el junquero, el siete colores, el federal de plumaje negro y el capuchón rojo, además de gallinetas y burritos.

La Laguna Grande, de aproximadamente 100 hectáreas, y la Laguna del Pescado, de unas 30 hectáreas, forman parte de la reserva, en las que es frecuente observar el mágico espectáculo de las grandes bandadas de aves acuáticas que llegan al lugar.

Paisaje desnudo

A medida que los visitantes se adentran por los senderos, comienzan los bajos inundables donde la vida salvaje bulle sin sobresaltos. Con un poco de suerte se puede ver chapoteando al esquivo Ciervo de los Pantanos, emblema de la Reserva y el cévido autóctono más grande de Sudamérica, que en grupos de cuatro o cinco pastan en alguna de las dos lagunas. La población de ciervos aumenta con los años; en el último censo se contaron más de 50.

Bandadas de patos, garzas y biguás oscurecen por momentos el horizonte. En los espejos de agua, las macás buscan mojarras de moncholos, bagres y tarariras, y en las barrancas desnudas de la costa, salpicadas de totoras y juncales, se pueden divisar a las lobitos de río jugando mientras otros bucean ávidos de peces.

Al llegar al albardón costero se puede ver a los lagartos overos tomando sol, inmóviles, a los carpinchos y a la majestuosa pava de monte corretear picoteando gramíneas. Más adelante, se encuentran altos pastizales donde sobresalen las islas de colas de zorro rodeadas de traicioneras flechillas. También manchones verdosos de carquejas compiten por el espacio vital con las chilcas.

Sorprenden el silbido nervioso de las perdices y coloradas, que tímidas apuran el paso camufladas entre los fachinales. Los cuises de brillante pelaje gris cruzan delante a toda carrera, quizás perseguidos por los escurridizos hurones blanquinegros, siempre en parejas, pues la fidelidad entre ellos es inquebrantable. Solo se los ve por un fugaz instante, antes de desaparecer en los laberintos de los túneles que construyen bajo las tupidas pajas bravas y serruchetas.

Dejando atrás los pastizales, se desembarca en las barrancas donde hileras de talas se van aglutinando, entremezclándose con solitarios ombúes y bosquecillos de espinillos, donde el foráneo ligustro busca colonizar todo el lugar que las plantas nativas le permitan. Si subsisten es porque sus carnosas bayas sirven de alimento a innumerables aves cantoras que hallan su refugio en los árboles.

Mistos alegres, arañosos, boyeros, vistosas reinas moras y verdones, vuelan de rama en rama sin muchas preocupaciones, salvo comer y dormir. Sus trinos despreocupados y melódicos son la mejor sinfonía en un calmo atardecer que enciende el oeste. Luego reinará un silencio y, aunque no se percate, algún zorro gris, comadreja overa (único marsupial en América) o gato montés, se desliza por la pastura sin ser vistos por los visitantes.

Un fin de semana al mes se realiza la Feria de Emprendedores Locales de Economía Circular. Allí se reúnen emprendedores que ofrecen productos y servicios sostenibles, alineados con los objetivos del parque de fomentar la economía circular y la protección del medio ambiente. Es el momento ideal para salir a avistar aves por el sendero largo y sinuoso de la naturaleza.

“Es muy frustrante y triste que, después de más de cincuenta años de operación, una empresa argentina tenga que informar que en el primer trimestre de 1981, a pesar de las medidas tomadas, la situación de la empresa no ha mejorado, sino que por el contrario, se ha agravado”. Esas fueron las últimas palabras de una “institución” que aún vive en el recuerdo de muchos argentinos.

Fin de semana de
fiesta en
CARILÓ

La familia Howard Johnson y amigos se reunieron junto al mar en el parador Divisadero, donde se inició la celebración de fin de año. La noche siguiente la fiesta continuó en el majestuoso hotel de la cadena. Se premió por rubros a los integrantes del staff y se sorteó entre los hoteles HJ y DI una camiseta de la selección autografiada por el astro mundial Lionel Messi. Momentos para atesorar, colmados de alegría, camaradería y luminosos deseos de un 2025 inolvidable.

FOTOS DIEGO MEDINA



Priscila Hurtado
y Brian Tomada



Diana Garrahan y Alberto Albamonte



José Berardo, Gabriel Gussalli, Marcela Santamaría,
Sebastián Chiavassa, Gabriel Pandolfo



Pablo Albamonte, Sebastián Barbieri y Robert Ranftl



Hernán De Lucca,
Marisa Montero Magnoni,
Antonio Corral,
Patricia Marín



Marcelo
Sulichin

Jorge Sereni



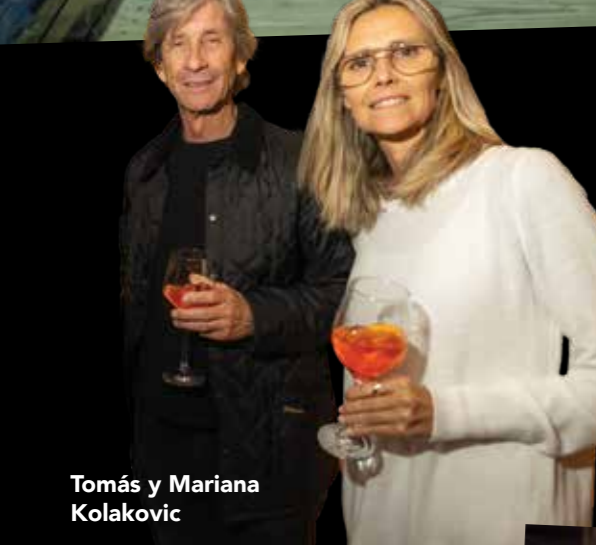
Débora López con Mariano Quiñonez
y Martín Ledesma de Paraguay



Jorge y
Verónica Chemes



Alejandra Canosa
en la playa del
parador Divisadero



Tomás y Mariana
Kolakovic



José Berardo, Bárbara Elliott,
Sebastián Chiavassa y Gabriel Gussalli



Sebastián Cantero
y Lucía March



Mariana Calise y
Cintia Lougedo

Ariel Perez



Contact Center personalizado

De 08:00 a 20:00 horas los 365 días del año

Área de Customer Experience

Para brindar soluciones y respuestas rápidas a nuestros clientes

La mayor flota del país

Con autos cero km, ofrecemos vehículos para todas las necesidades.

+ 50 sucursales en Argentina

Categorías

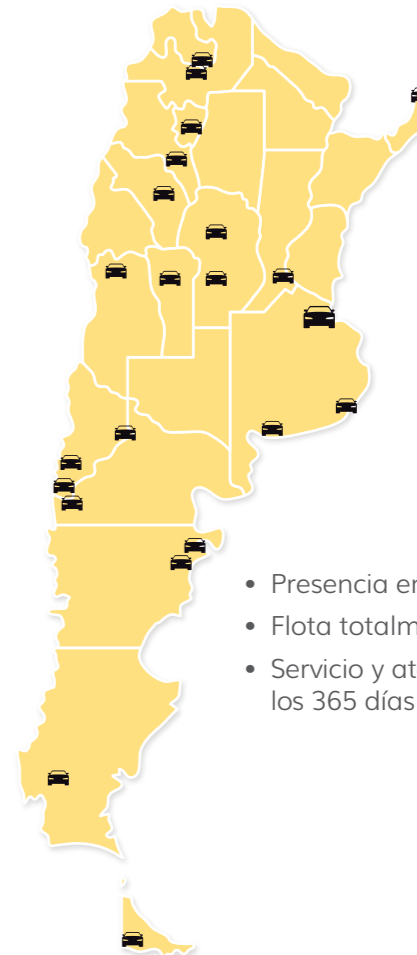
para todas las necesidades

Autos económicos, medianos, SUV, minivan, camionetas 4x4, vehículos ejecutivos

Programa de ahorro

www.beneficiosobreruedas.com

Descuentos exclusivos para nuestros clientes



- Presencia en todo el país
- Flota totalmente renovada
- Servicio y atención de calidad los 365 días del año

www.hertz.com.ar

Contact Center

✉ reservas@hertz.com.ar

📞 +54 9 11 3900-4533



RELAX & BUSINESS 77



Alberto Albamonte, Carlos y Ana Spadone, Diana Garrahan



Pablo Albamonte, Gisela y Gustavo Viescas, José Rosa



Grupo CET de Córdoba, los ganadores de la camiseta



La camiseta del crack autografiada

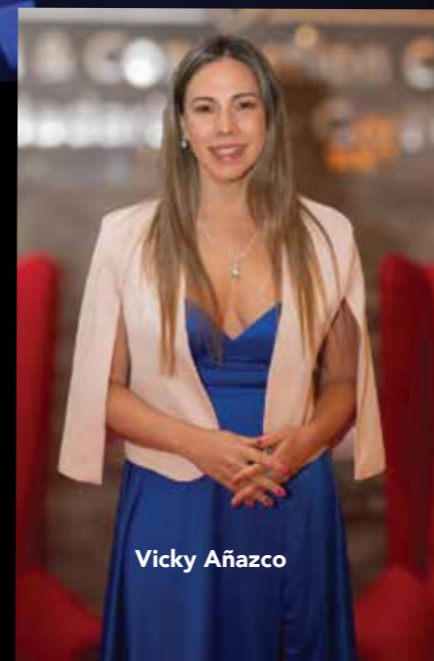
Martín Giusepponi de la Fundación Messi



El show Tania y Ale



Micaela Defranco, Martín Defranco y su mujer, Flavia Cochella



Vicky Añazco



Alberto Albamonte, Esteban Santoro y Hernán De Lucca



Marisol Zabala y Cintia Lougedo



Anabella De Stéfano, Mariano Quiñonez



Sebastián Barbieri y Enrique Andreoli



Jerónimo Toledo y Débora López



Lucila Gómez, Marisa Olguin y Rocio Liberatore



Emiliano y Raúl Antoliche con Alberto Albamonte



Jorge Ramallo y Pablo Albamonte



Paola y Santiago Collavini con Lucía Vioria



Colcar

Concesionario Líder Mercedes-Benz

Encontrá todo en un solo lugar.

Venta y postventa de unidades Okm, financiación, usados y repuestos originales.



Mercedes-Benz

Colcar Merbus

Av. Gaona y Galileo Galilei, Moreno, Buenos Aires. 4699000.
comunicacion@colcarmerbus.com.ar | www.colcarmerbus.com.ar | f colcarMB @ colcar.merbus

Colcar Córdoba

Av. La Voz del Interior y Colectora Norte Agustín Tosco S/N Bº Los Boulevares, Córdoba. 0351 5892285.
comunicacion@colcarcordoba.com.ar | www.colcarcordoba.com.ar | f @ colcarbca

Colcar Villa María

Colectora Autopista 9, Córdoba - Rosario, Bº Botta, Villa María. 0353 486 1250.
comunicacion@colcarcordoba.com.ar | www.colcarcordoba.com.ar | f @ colcarbca



Argentina, Paraguay y Chile



Argentina

**¡Este verano te esperamos
en nuestros 40 hoteles!**



Central de Reservas

☎ 0 810 122 4656

📞 +54 9 11 2277 4650/4656

✉ eventos@hojoar.com



JORNADA DE LÍDERES 2024

REUNIÓN ANUAL DE GERENTES HOWARD JOHNSON & DAYS INN

¡Gracias sponsors, por participar!



¡Los esperamos el año próximo!