NORDELTA

GALLARETAS

Edición 180



Arquitectura
Tomoyuki Sakakida

Excellent
La mejor forma de viajar

Nápoles
Distinta y apasionante

Pablo Cancelliere
Economía del contenido

Sección Jurídica
Dra. Melina Turiace

Maratón de Chicago
Soledad Senosiain

Susana Sadej
TRATO HUMANO EN TIEMPOS DE IA

La Regina
REAL ESTATE

¿Cómo querés vivir?

Hacelo *realidad* acá.

www.laregina.com.ar

CUCICBA 7580 / CMCPSI 6825

EDITORIAL

Hay ediciones que se arman como un mapa de ruta, y otras que funcionan como un espejo de nuestro propio pulso vital. Este número de ***Revista Gallaretas*** es, sin dudas, de las segundas. Las páginas que siguen nos invitan a un recorrido donde confluyen la audacia empresarial, la sensibilidad estética, la reflexión económica y la superación personal.

Esta edición nos presenta una **nota de tapa** dedicada al talento y la tenacidad: la historia de una exitosa agente inmobiliaria que redefine el mercado. Una importante agencia de viajes nos recuerda que los horizontes siempre están ahí, esperando ser descubiertos. Nos trasladamos al diseño y al hábitat de la mano de la renombrada arquitecta japonesa **Tomoyuki Sakakida**. Su obra nos sumerge en una poética del espacio donde la arquitectura dialoga íntimamente con la naturaleza y la simpleza. Nos trasladamos a **Nápoles, distinta y apasionante**, nos sacude con su caos bellísimo, su historia a flor de piel y una energía única que desafía cualquier molde. En el plano de las ideas y la gestión, contamos con el análisis riguroso de **Pablo Cancelliere** sobre la economía del contenido, una brújula indispensable para entender cómo consumimos, creamos y valoramos la información en la era digital. A su vez, nuestra **Sección Jurídica**, a cargo de la **Dra. Melina Turiace**, nos aporta la seguridad y el marco normativo necesario para navegar con firmeza en nuestros proyectos. Si hablamos de re corrido que mejor que el testimonio inspirador de nuestra **Soledad Senosiain** sobre su experiencia en la **Maratón de Chicago**. Cada kilómetro recorrido es una metáfora de lo que significa persistir: un recordatorio de que las grandes metas no se alcanzan por velocidad, sino por constancia y resiliencia.

Te damos la bienvenida.

¡Que disfrutes de la lectura!

Carlos Sánchez / Editor

SUMARIO

06. EXCELLENT
El mundo en buenas manos

14. NEGOCIOS Y ECONOMÍA DEL CONTENIDO
Por Pablo Cancelliere

22. TOMOYUKI SAKAKIDA
El arquitecto de las cosas antiguas

32. SUSANA SADEJ
Trato humano en tiempos de IA

40. SECCIÓN JURÍDICA
Dra. Melina Turiace

42. MARATÓN DE CHICAGO
Por Soledad Senosiain

46. CINTEK
El acero argentino

50 . NÁPOLES
Historia, belleza y pasión

56 . FRASE DEL MES
Adriana Boho

AÑO 22 • N° 180

STAFF:

DIRECTOR GENERAL:
CARLOS VIDAL SÁNCHEZ

DIRECTOR DE CONTENIDO Y DIGITAL:
COMUNA 108

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:
FABIÁN SANS

GERENTE COMERCIAL:
SOLEDAD SENOSIAIN

COORDINACIÓN GENERAL:
LEONARDO GÓMEZ

CORRECCIÓN DE ESTILO:
EMIL FRIEDMAN

FOTO DE TAPA:
FABIÁN SANS

COLABORADORES:
PABLO CANCELLIERE, LEONARDO GÓMEZ, MACARENA NEPTUNE, FABIÁN SANS, SOLEDAD SENOSIAIN, FLAVIA TOMAELLO, MELINA TURIACE.

@gallaretas_nordelta
@gallaretas__nordelta
/revistagallaretas
gallaretas.com.ar
RGallaretas

CONTACTO: 11 5748-7842

EL CAMINO STUDIO

BUENA MADERA

DESDE 1964.

Av liniers 3189, Tigre.





SI HAY PLATA

CON CADA OPERATORIA

SORTEAMOS

$3.000.000

TODOS LOS DÍAS

POR LOTERÍA DE LA CIUDAD NOCTURNA

ENCONTRANOS

NORDELTA
Av. de los Lagos 6895
1134897814
1133828548

SAN ISIDRO
Belgrano 273
1167953943

OLIVOS
Av. Maipú 2443
1125302830

MARTINEZ
Av. Santa Fe 1812
1180243608

GRAL. PACHECO
Av. Hipólito Yrigoyen 885
1135220051

VTE. LOPEZ
Av. Maipú 323
1151124815

SAN FERNANDO
Constitución 866
1167954126

DOLARES • EUROS • REALES
MEJORAMOS CUALQUIER COTIZACIÓN

cambio baires
MEJOR PRECIO, MEJOR ATENCIÓN

Agencia de Cambio habilitada por el BCRA N°20.044

www.cambiobaires.com.ar

excellent

EL MUNDO EN BUENAS MANOS

UN PASAJE SE CONSIGUE EN SEGUNDOS, PERO UN VIAJE SE SOSTIENE EN LAS PERSONAS QUE LO PIENSAN, LO ACOMPAÑAN Y LO RESUELVEN. EXCELLENT, DE LA MANO DE SU DIRECTOR GENERAL MARCELO MARTINELLI, CON 39 AÑOS EN LA INDUSTRIA Y CRECIENTE PRESENCIA EN NORDELTA, DEFIENDE ESA IDEA CON HECHOS.

La gallareta no despega de golpe. Sobre las lagunas de Nordelta corre primero, golpeando el agua con las patas, y sólo después se eleva, como si el vuelo exigiera un permiso que se negocia con la superficie. Quien la observa un rato entiende que ninguna partida es instantánea y que debajo de todo despegue hay una carrera a ras del agua, que casi nadie mira. Algo parecido ocurre con los viajes. La pantalla ofrece un pasaje, un hotel, un itinerario entero, en un breve instante. Esa velocidad es una ilusión parcial, de esas que se disipan en el primer aeropuerto con demoras, porque la diferencia aparece cuando el viaje necesita algo más que una reserva: una reprogramación, una extensión, un cambio de fecha, un recorrido que debe rearmarse frente a lo imprevisto. O cuando sucede lo contrario, y la experiencia resulta tan buena que alguien quiere quedarse unos días más. Esa zona intermedia, entre el clic y la experiencia, es el territorio de EXCELLENT. La agencia nace en 1987.

Martinelli puntualiza que reservar es apenas el comienzo. El trabajo consiste en escuchar, interpretar cómo quiere viajar cada persona, ordenar la financiación, elegir, adaptar, diseñar y anticiparse, previo a que exista algo que resolver, y acompañarla antes, durante y después. Hoy suma presencia en Cañitas, Recoleta y, para los vecinos de la zona, en Circular, dentro del shopping de Nordelta en pleno corazón de la ciudad pueblo.

Cada pasajero trae su propio mapa

Dos de las anfitrionas que viajaron con Excellent guardan escenas que lo explican mejor que cualquier folleto. Anamá Ferreira recuerda todavía la cercanía de una jirafa de Rothschild en Nairobi y la danza de los jóvenes masái en Kenia.

Nequi Galotti trae de Portugal y Marruecos la risa compartida entre mujeres, con los acantilados del sur lusitano de fondo. Son escenas que ningún itinerario puede garantizar por sí solo: nacen del encuentro entre un destino, una persona y la determinada manera de vivirlo.

Las propuestas de Excellent son un universo diverso. Unos buscan descanso, otros priorizan la mesa, el paisaje o la cultura. Otros desean compartir la aventura y conocer personas con la que los unen intereses en común. A veces eso se traduce en un viaje diseñado a medida. Otras, en la salida grupal que mejor encaja con su ritmo. También existen los viajes vacacionales personalizados, las propuestas corporativas y las giras deportivas y educativas, todos trabajados con el mismo método.

Cada vez más personas se organizan alrededor de aquello que forma parte de su identidad y de su manera de vivir: la fe, el deporte, la fotografía, el paisajismo o la botánica. En esos viajes, la afinidad surge de manera natural. Compartir una pasión, una práctica o una forma de mirar el mundo genera conversación y vínculos dentro del grupo. Es en ese espacio donde Excellent desarrolla peregrinaciones, propuestas deportivas, viajes de fotografía, botánica, paisajismo y donde la tendencia se refleja en sus propios números: en 2025 la agencia desarrolló 15 experiencias grupales y este 2026 ya suma 13 nuevas salidas, entre viajes vacacionales, propuestas temáticas y experiencias de nicho.
La tendencia también aparece en los números: el mercado global de experiencias de viaje proyecta un crecimiento anual cercano al 8% hasta 2029, frente al 5% del turismo en su conjunto, según Phocuswright y Arival.

















Una señal de que cada vez importa más no sólo adónde se viaja, sino también desde qué interés se vive ese destino y con quién se comparte.

Lo que no se ve del viaje

Los recorridos no nacen de tomar un circuito y ponerle fecha. Se afinan con lo aprendido durante años: qué tiempos funcionan, qué vale la pena incluir, cuándo conviene bajar el ritmo y en qué tramo hace falta dejar un espacio sin agenda para que el viaje respire y la sorpresa tenga dónde pasar.

Muchas de las salidas parten en pequeños grupos, acompañados desde Buenos Aires por un tour leader. Antes de la partida hay reuniones, información del destino y un primer encuentro entre quienes van a compartir la ruta. Durante el viaje, un equipo permanece atento a que todo suceda como fue pensado. En algunas salidas se suman los hosts, Nequi Galotti, Karin Cohen, Mario Massaccesi y Anamá Ferreira, cuatro universos distintos, de las escapadas entre mujeres y la aventura africana al mindfulness, que aportan su mirada y su modo de descubrir cada lugar. La idea no es pegar un nombre conocido a un itinerario terminado, sino construir una experiencia que tenga que ver con esa persona y con la comunidad que decide seguirla.

Todo esto descansa sobre una trama que casi nunca se ve. Detrás de cada propuesta trabajan proveedores y aliados capaces de responder tanto en la planificación como cuando las circunstancias cambian, entre ellos VDV Mayorista, aliado estratégico de Excellent, que aporta experiencia, soporte y operación para distintos productos.

Para el pasajero, ese andamiaje invisible debería traducirse en algo simple: disfrutar sabiendo que alguien cuida los detalles.

El vuelo, al final, es la parte breve. La gallareta lo sabe mientras acelera sobre el agua: lo que lo vuelve posible es la orilla de donde sale y a la que vuelve. En Nordelta esa orilla tiene mostrador, asesores y una puerta abierta para quien quiera empezar a imaginar su próximo destino. Arriba, la laguna queda chica y el mundo grande. Abajo, alguien sigue ocupándose de que todo salga como fue soñado.

Bienvenidos al universo EXCELLENT.

Macarena Neptune
Fotos: Fabian Sans

website: **www.eviajes.com.ar**
IG **@excellentviajes**
Email: **info@eviajes.com.ar**
WhatsApp: **11.6254.3392**
Centro Comercial Nordelta, **Circular Cowork**.
Nordelta – Tigre.
Buenos Aires, Argentina.
Soldado de la independencia 1093, **Cañitas**, Buenos Aires, Argentina.
Junín 1301, **Recoleta**, Buenos Aires, Argentina.



SusanaSadej.
BROKERS
INMOBILIARIOS
CMCPSI 6948
CUCICBA 8825
Descubrí nuestra
NUEVA WEB
Tu próximo paso inmobiliario
empieza acá.
www.susanasadej.com

excellent
VIAJES Y TURISMO

JAMAICA

SALIDA EL 10 DE MARZO

DESDE **BUENOS AIRES / 7 NOCHES**

USD 2550

BASE DOBLE POR PERSONA

SEDE NORDELTA
ESPACIO CIRCULAR INNOVA

ESCRIBINOS
@EXCELLENTVIAJES
11 6654-3374 / 11 3029-9606
INFO@EVIAJES.COM.AR

V D V
MAYORISTA

CENTRO DE BLANQUEAMIENTO Y ESTÉTICA DENTAL

DRA. VIVIANA GONZÁLEZ TREVISÁN

CONSULTORIO

TRATAMIENTOS Y TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN

CONTACTANOS

Château Portal Nordelta

11-4142-4334

VESTA



Château Portal Nordelta

Nuestra misión es conectar tu esencia con el diseño perfecto. Te recibimos con una experiencia cálida y cuidada para que descubras joyas que hablan de vos y elevan cada uno de tus momentos

vesta_joyas

vesta_joyas

11.7206.1414

vestajoyas.daniela@gmail.com

ESTUDIO VERA

ABOGADOS

"Nuestro máximo esfuerzo para lograr el mejor resultado"

Atención jurídica profesional y personalizada

Penal · Civil y Comercial · Laboral · Familia

Dr. José María Vera



Albarellos 475, Tigre,
Provincia de Buenos Aires

www.estudiovera.com

4749-1111 LR

+54 9 11 4051-6438

consultas@estudiovera.com

El NEGOCIO no está en los SEGUIDORES

NEGOCIOS · ECONOMÍA DEL CONTENIDO

LA ECONOMÍA DEL CONTENIDO YA MUEVE MÁS DE 300.000 MILLONES DE DÓLARES EN EL MUNDO. PERO, PARA PABLO CANCELLIERE, LA PREGUNTA QUE IMPORTA NO ES CUÁNTA GENTE TE MIRA, SINO A CUÁNTOS PODÉS ESCRIBIRLES MAÑANA A LA MAÑANA.

Después de 25 años en discográficas, señales deportivas y televisión abierta, el fundador de CANCELLIERE sostiene que la economía del contenido entró en su segunda etapa: la de quienes dejan de alquilar audiencia y empiezan a ser dueños de su relación con el público.

Es una escena que se repite en cualquier sobremesa. Alguien saca el teléfono, muestra el perfil de su emprendimiento —cuarenta mil seguidores, buena estética, publicaciones constantes— y hace la pregunta del millón: por qué, con todo eso, las ventas no acompañan. Pablo Cancelliere la escuchó cientos de veces, y su respuesta suele incomodar: "La pregunta está mal planteada. No tenés cuarenta mil clientes potenciales. Tenés cuarenta mil personas que alguna vez tocaron un botón".

No lo dice desde la teoría. Su carrera recorre buena parte de la historia reciente de la industria del entretenimiento: Sony Music, Universal y EMI en los años en que la música todavía se vendía en un objeto; FOX Networks y ESPN/Disney, donde el deporte se convirtió en el contenido más codiciado de la televisión; y Paramount/Telefe, donde lideró la primera operación de streaming en vivo de catorce horas diarias en la Argentina.

Hoy, desde CANCELLIERE, acompaña artistas, marcas de consumo y formatos audiovisuales no como un consultor que cobra y se va, sino como socio: con participación en los proyectos y desarrollo de propiedad intelectual.

Esa doble mirada —la del ejecutivo de grandes medios y la del socio de emprendimientos— es la que le permite ver algo que a muchos se les escapa: el contenido nunca fue tan fácil de producir ni tan difícil de convertir en negocio.

La ilusión de la audiencia

Los números ayudan a entender el problema. Según los relevamientos de Socialinsider, un posteo orgánico en Instagram llega hoy, en promedio, a entre el 3,5% y el 4,9% de los seguidores de una cuenta, con caídas año contra año.

En 2020, alcanzar al 10% era lo normal. En Facebook, la cifra ronda el 1,5%. Traducido a la sobremesa: de aquellos cuarenta mil seguidores, cada publicación la ven, con suerte, menos de dos mil personas. Y no siempre las mismas.

"En la televisión sabíamos exactamente qué estábamos midiendo", explica Cancelliere. "El rating tenía sus limitaciones, pero el canal era dueño de su pantalla. En las redes, el que decide quién ve tu contenido es un algoritmo que no te pertenece, que cambia sin avisar y que tiene sus propios intereses comerciales".

"TENER SEGUIDORES ES COMO TENER UN LOCAL LLENO DE GENTE MIRANDO LA VIDRIERA. EL PROBLEMA ES QUE LA VIDRIERA ES DE OTRO."

La metáfora que usa es inmobiliaria: la audiencia en redes es una audiencia alquilada. Se construye con años de trabajo sobre un terreno ajeno, y el dueño puede subir el precio —cobrar por llegar a quienes ya te siguen—, cambiar las reglas o, directamente, cerrar la puerta. Una cuenta suspendida por error, un hackeo o una actualización del algoritmo pueden borrar en una noche lo que llevó una década construir. "Le pasó a marcas, a artistas, a medios. Y cada vez que pasa, descubren que no tenían forma de avisarle a su público dónde encontrarlos".

Un mercado enorme, mal repartido

Nada de esto significa que la economía del contenido sea un espejismo. Al contrario: es una de las industrias que más crece en el mundo. Las estimaciones de distintas consultoras la ubican por encima de los 300.000 millones de dólares en 2026, y Goldman Sachs Research proyecta que su mercado potencial podría acercarse a los 480.000 millones en 2027. Latinoamérica representa una porción todavía chica de ese total, pero con tasas de adopción que crecen por encima del promedio.

El punto, para Cancelliere, es dónde queda ese dinero. Una parte sustancial la capturan las plataformas, que cobran peaje por la atención que los propios creadores generan. Otra se concentra en un grupo reducido de figuras de enorme escala. Y en el medio hay una multitud de marcas, profesionales y emprendedores que producen contenido de calidad todos los días sin poder explicar cuánto les devuelve.

"El error es pensar que el contenido es un gasto de marketing", sostiene. "El contenido es un activo. Pero solo es un activo si construye algo que te quede a vos: una base de datos, una comunidad, una propiedad intelectual. Si lo único que construye es el perfil de una red social, estás invirtiendo en el negocio de otro".

"LAS REDES TE DAN AUDIENCIA. LOS DATOS PROPIOS TE DAN NEGOCIO."

La frase resume una tesis que repite en cada proyecto. Y se apoya en una observación casi de sentido común que, sin embargo, muchos olvidan: en casi cualquier negocio, la transacción final ocurre en una conversación privada. Nadie compra una propiedad, contrata un servicio o reserva una experiencia en un comentario público. Lo hace por WhatsApp, por mail, en una reunión. Las redes sirven para llamar la atención; el negocio se cierra uno a uno.

El camino de vuelta a casa

La propuesta de Cancelliere no pasa por abandonar las redes, sino por cambiarles la función. Dejar de usarlas como depósito y empezar a usarlas como vidriera: cada publicación como una invitación a pasar del espacio alquilado al propio. Un newsletter que llega directo a la bandeja de entrada. Una comunidad de WhatsApp con contenido que no está en ningún otro lado. Una lista de espera para un lanzamiento. Un registro a cambio de algo de valor.

"La métrica que hay que mirar no es cuántos seguidores sumaste este mes, sino cuántas personas pasaron de ser seguidores a ser contactos", explica. "Mil personas que te dieron su mail o su teléfono valen más que cincuenta mil que te siguen. Porque a esas mil les podés hablar cuando quieras, sin pedirle permiso a nadie y sin pagar para que te vean".

Detrás de ese cambio hay una transformación más profunda, y la inteligencia artificial la está acelerando. Producir un video, un texto o una imagen cuesta hoy una fracción de lo que costaba hace tres años. Cuando cualquiera puede generar contenido infinito, el contenido deja de ser lo escaso. Lo escaso pasa a ser otra cosa.

"CUANDO PRODUCIR CONTENIDO CUESTA CASI NADA, LO ÚNICO VERDADERAMENTE ESCASO ES LA CONFIANZA."

La confianza, insiste, no se construye en un feed que cambia cada tres segundos.

Se construye en la relación directa, sostenida en el tiempo, con personas que eligieron estar ahí. Es lo que siempre hicieron las grandes marcas, los grandes artistas y los grandes medios: tener una relación propia con su público. Lo nuevo es que hoy esa posibilidad está al alcance de cualquier emprendedor con un teléfono y una estrategia.

Por eso, cuando vuelve a la escena de la sobremesa, Cancelliere prefiere cambiar la pregunta. No cuántos te siguen, sino otra mucho más simple y bastante más incómoda: si mañana desaparecieran todas tus redes, ¿a cuántas personas podrías escribirles para contarles dónde encontrarte? "Ese número", dice, "es el verdadero tamaño de tu negocio".

LA ECONOMÍA DEL CONTENIDO, EN NÚMEROS

+US$ 300.000 M tamaño estimado de la economía de creadores a nivel global en 2026

US$ 480.000 M mercado potencial proyectado para 2027 por Goldman Sachs Research

3,5% a 4,9% de los seguidores alcanza, en promedio, un posteo orgánico de Instagram

10% era el alcance orgánico que se consideraba normal en 2020

Fuentes: Research and Markets, Precedence Research, Goldman Sachs Research, Socialinsider.



Parrilla

Estilo *Adelina*

SABORES QUE SE COMPARTEN,
MOMENTOS QUE QUEDAN.

HORARIOS

ALMUERZO
MARTES A DOMINGOS
DE 11:00 A 16:00 HS

CENA
MIÉRCOLES A SÁBADOS
DE 20:00 A 23:30 HS

PARRILLA ARGENTINA

CORTES SELECCIONADOS

BUENOS VINOS
Y TRAGOS

Parrilla, amigos y buena onda.

PEDIDOS
1123553381

RESERVAS
1134897841

SEGUINOS EN INSTAGRAM
@estiloadelina

AV. AGUSTÍN M. GARCÍA 9310, BENAVIDEZ, TIGRE.

PASEO EL BOSQUE

NATURALEZA · GASTRONOMÍA · DISEÑO · ENCUENTROS

NO CONOCÍAS PASEO EL BOSQUE...

(...o al menos no como es ahora)

El lugar más lindo de la zona
se renovó con más locales y planes.

Si querés hacer cosas nuevas
y los árboles te llaman,
no lo dudes: *entrá.*

LOCALES ÚNICOS

GASTRONOMÍA CON ESTILO

NATURALEZA TODO EL AÑO

UN LUGAR PARA ENCONTRARSE

Agustín García 8765, Benavídez

TE ESPERAMOS



MERCADO DE ALIMENTOS

Horarios:

Lunes a sábado 8 a 20:30 hs
Domingo 8 a 13 hs

Av. Italia3416, Benavidez

(11) 3418.0063 / 0065 donnazarenomercado www.donnazareno.com.ar



BOULEVARD DEL MIRADOR
220
NORDELTA

·HIERRO·
PARRILLA

Una propuesta conectada a la vanguardia, el arte, música, tradición, compromiso y ***amor por lo que hacemos.***









- MIRÁ EL MENÚ -



En *HIERRO* vas a encontrar un espacio único y con un nuevo concepto. ***Ubicado en la bahía de Nordelta, la oferta gastronómica contempla platos con carnes Premium, vegetales orgánicos y materias primas seleccionadas.***
Maridajes con una coctelería de autor, cervezas artesanales y una exclusiva cava de vinos.

Con espacio en exterior e interior y con un estilo industrial podés disfrutar la experiencia *HIERRO* de la mejor manera en un ambiente ideal.

Contactanos para realizar tu evento

CARNES *Argentinas*

En el menú encontrarás exclusivos cortes de carnes argentinas de novillo Angus Black, ***maduradas al vacío durante 35 días*** seleccionadas por nuestro Sommelier de carnes.

CÓCTELES *Hierro*

Tragos para disfrutar por la tarde y por la noche. ***Maridajes únicos que contemplan todo para despertar los sentidos.***

SOLUCIONES 360

SERVICIO TÉCNICO INTEGRAL

ELECTRICIDAD
INSTALACIONES
Y REPARACIONES

GAS
CALEFACTORES
TERMOTANQUES
CALDERAS

PLOMERÍA
INSTALACIONES
Y REPARACIONES

CALEFACCIÓN
SISTEMAS
Y MANTENIMIENTO

BOMBAS
DE TODO TIPO

Y MÁS
SOLUCIONES
DOMICILIARIAS

UN SOLO SERVICIO
PARA RESOLVER TODO.

1550060201

DolarOK®

MEJOR PRECIO, MEJOR ATENCIÓN

CAMBIO
DOLARES
EUROS
REALES
CAMBIO
DOLARES
EUROS



1171639048

Av. de los lagos 6855
NORDELTA

ENTIDAD HABILITADA POR EL BCRA N°20.115



Tomoyuki Sakakida

EL ARQUITECTO DE LAS COSAS ANTIGUAS

El japonés Tomoyuki Sakakida diseñó los interiores del Imperial Hotel, Kyoto, la primera apertura de la marca en tres décadas. Bajo la consigna “lo antiguo es nuevo”, reconstruye la centenaria Yasaka Kaikan con mármol, piedra Ōya y tatami, entretejiendo tiempo, materia y memoria en cada habitación. Retrato de un creador que entiende la arquitectura como una manera de conservar la luz.

En algún rincón de Kioto existe un cuenco de té quebrado hace tres siglos que sigue usándose cada mañana. Sus fracturas fueron selladas con resina y polvo de oro, técnica que los artesanos llaman kintsugi, y el resultado paradójico es que la pieza vale hoy mucho más que antes del accidente. La grieta, lejos de disimularse, se volvió protagonista del objeto: una cicatriz dorada que narra una historia de caída y reparación. Esa lógica, la de honrar la herida en vez de ocultarla, atraviesa la obra del arquitecto Tomoyuki Sakakida, quien esta primavera entregó uno de los proyectos más esperados de la hotelería japonesa: los interiores del Imperial Hotel, Kyoto.

El edificio elegido tiene su propia grieta. Se trata de la Yasaka Kaikan, construida en 1936 en pleno barrio de Gion, salón teatral que con las décadas quedó expuesto a la vulnerabilidad sísmica. Declarada bien cultural tangible, la estructura renace convertida en un hotel boutique de cincuenta y cinco habitaciones, cuarto integrante del portfolio de Imperial Hotel tras Tokio, Osaka y Kamikochi. Mientras la constructora Obayashi restaura la fachada recuperando miles de tejas originales, Sakakida firma cada interior bajo la consigna que bautiza a su estudio, New Material Research Laboratory: lo antiguo es nuevo.

“Kioto atesora lo viejo, pero también abraza lo nuevo, ese contraste es el alma de este proyecto”, explica el arquitecto, quien entiende su labor como traducción contemporánea del pasado japonés más que como copia nostálgica. Para comprender semejante filosofía conviene remontarse, como buen relato de formación, hasta las montañas y los lagos donde todo comenzó.

El taller de un maestro

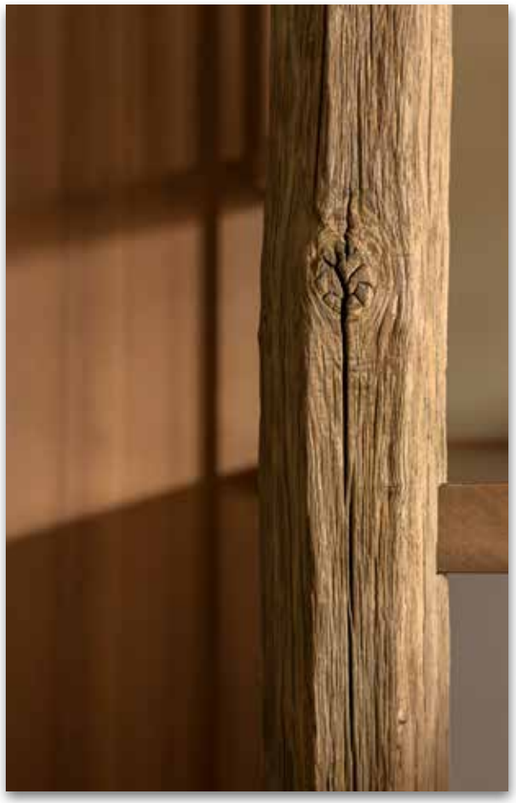
Sakakida nació y creció en Otsu, prefectura de Shiga, al otro lado del monte Hiei que separa esa región de Kioto. “Mis padres eran cariñosos y afectuosos, y junto a mi hermana mayor, tres años mayor que yo, crecí rodeado de la belleza natural de montañas, lagos y ríos”, recuerda. Desde chico mostró destreza para el dibujo y afición por los trabajos manuales, y visitó templos y santuarios que sembraron en él una curiosidad estética todavía lejana de cualquier vocación definida.

Esa curiosidad encontró cauce en la universidad, donde eligió arquitectura y, desde tercer año, se formó en el laboratorio del arquitecto Waro Kishi. “Lo que aprendí de él sentó las bases de mi trabajo como arquitecto”, confiesa sobre un maestro

cuya obra, enraizada en el modernismo, conserva una sensibilidad marcadamente japonesa. Las composiciones de Kishi, construidas con hormigón, acero y vidrio, lo deslumbraron durante sus años de estudiante y despertaron el deseo de continuar esa misma estirpe.

Tras el posgrado y un par de años en un estudio de gran escala, Sakakida abrió su propio despacho a los veintiséis, todavía bajo la influencia de Kishi. El giro llegó entrada la treintena, cuando conoció al artista Hiroshi Sugimoto y se sumó a sus planes para crear una fundación. “Fui profundamente influenciado por su sensibilidad japonesa, arraigada en su filosofía, su vasto conocimiento y su comprensión de la historia”, relata. De esa colaboración, casi por azar, nació en 2008 el estudio New Material Research Laboratory, que Sakakida dirige desde 2013.

El nombre esconde una ironía deliberada. “Nuestro objetivo fue volver a iluminar los materiales japoneses, las técnicas artesanales y el oficio, cosas que en verdad son materiales viejos, pero que decidimos llamar nuevos materiales en nuestro trabajo”, explica sobre un diagnóstico preciso: el crecimiento económico de la posguerra aceleró la desaparición de oficios ancestrales, agravada por la importación de insumos extranjeros más baratos. “Mi convicción de que deben transmitirse a las futuras generaciones como prácticas sustentables creció con el tiempo, mi estilo actual fue sin dudas moldeado por haber conocido a Hiroshi Sugimoto”, resume.





La materia tiene memoria

Preguntado por la existencia de un estilo japonés en la arquitectura contemporánea, Sakakida trasciende lo formal. “Los aleros bajos de un tejado guían la mirada hacia abajo, intensifican la relación con los espacios exteriores y la importancia del jardín, además dejan entrar la luz con suavidad”, describe sobre un rasgo central, aunque aclara que la esencia reside también en el espíritu: la apreciación del vacío, la convivencia con la naturaleza y el respeto por los materiales. Esa constelación de valores, manifestada en la arquitectura, es lo que él define como “japonesidad”.

Le atribuye un papel decisivo al tiempo. “El juego de luces y sombras, y el discernimiento de los materiales son la esencia de la sensibilidad japonesa para mí, ambos arraigados en el concepto de tiempo: la luz cambiante desde el amanecer hasta el atardecer, la expresión de la oscuridad tal como se celebra en Elogio de la sombra”, cita, en referencia al célebre ensayo de Tanizaki. La madera revela su historia en los anillos de crecimiento, la piedra guarda cuatro mil seiscientos millones de años de historia terrestre, escala que Sakakida contrapone al minimalismo nórdico: donde este privilegia la calidez humana, el japonés persigue espacios poéticos nacidos de la atmósfera y ese mismo tiempo suspendido.





Esa atención a la materia explica su fascinación por la madera y la piedra, capaces de revelar el clima y el territorio de origen a través de la veta o la textura. Granito, andesita, mármol: variedades que Japón produce en abundancia gracias a su convulsa historia tectónica y que Sakakida rescata frente a una época que reduce los materiales a meros elementos de superficie, olvidando que atesoran memoria de lugar.

De esa mirada surgen los cinco principios que ofrece a quien busque una estética japonesa genuina, alejada del cliché del tatami y el papel de arroz: atender el espacio vacío o “yohaku”, percibir la luz y la sombra, emplear materiales naturales, cultivar la conexión entre interior y exterior, y apreciar el jardín siguiendo el ritmo de las estaciones. Ese decálogo es el manual invisible con el que Sakakida recorre cada habitación del hotel: tatami natural en el ala nueva, vigas conservadas con su pátina junto al teatro Gion Kobu Kaburenjo, tableros de yakusugi tallados como biombos en el sector renovado. Cinco principios, un cuenco quebrado y una convicción intacta: lo que envejece bien, jamás deja de ser nuevo.

Macarena Neptune

Garden Group

SOLUCIONES PARA ESPACIOS VERDES

- Parquizaciones
- Riegos
- Paisajismo
- Muelles
- Estacadas
- Decks

Contactanos

11 5185 7826

gardengroupoficial

www.garden-group.com.ar

La Calesita

INSUMOS DE JARDINERÍA

Carbón • Artículos de limpieza

$5800 x kg

Cloro Granulado

Efectivo

$6200x kg

Pastilla Cloro
Triple Acción

Efectivo

ENVÍOS GRATIS

con tu compra superior a $50.000

Av. San Martín 1190 · Ruta 25 ·
Belén de Escobar

117153-3590

ilacalesitacloro

SERVICE TOTAL

CUMPLIMOS **20 AÑOS** EN NORDELTA



SISTEMA INTEGRADO DE CONSTRUCCIÓN

- ✓ Proyecto y ejecución de viviendas
- ✓ Reformas y ampliaciones
- ✓ Reparaciones de fisuras
- ✓ Trabajos de impermeabilización
- ✓ Revestimiento plástico
- ✓ Trabajos de pintura
- ✓ Restauracion de hormigón visto
- ✓ Reparaciones de techos y colocaciones de membrana
- ✓ Construcción y restauración de piscinas - Bordes atérmicos
- ✓ Construcción en seco
- ✓ colocación de piso y perfileria WPC - PVC
- ✓ Colocacion de porfido y porcelanato

11 5452 8643
11 5632 8648

SERVICETOTALNORDELTA

LAPISTA EXPRESS · ABCÉ · weber · megaflex · CEMENTOS AVELLANEDA · SP1 SAN PIETRO · SHERWIN WILLIAMS · Sika · KLAUKOL IMPERMEABLE · Sinteplast

ROMINA SCOLLO

Volver a vos

Un espacio para escucharte, comprenderte y avanzar.



Acompañamiento para adolescentes y adultos.

Cambios • Autoestima • Decisiones

Romina Scollo

Coaching · Counselling · Biodecodificación

SESIONES PRESENCIALES Y POR ZOOM

Dar el primer paso es animarte a hablar.

Consultas y turnos:

11 5311-1017

@romiscollo.coach

romiscollo@hotmail.com





¡Seguinos!

info@loshampton.com.ar

www.loshampton.com.ar

+54911 6145 0667

Los Hampton Desarrollos Inmobiliarios

Mariano y Nicolas son los fundadores de Los Hampton, un proyecto que nació con el propósito de transformar la manera en que las personas acceden a su primer hogar. Su misión es acercar a más familias a concretar el sueño de tener su casa propia. Los proyectos estan pensados para quienes buscan una vivienda moderna, bien ubicada y accesible.

Entre sus desarrollos se destacan Bailen Condominios ya finalizado y con todas sus unidades vendidas, Bailen Smart Home, Tortuguitas Homes y Matheu Open con unidades disponibles. **¡Hacé realidad tu sueño de la casa propia con Los Hampton!**

Estudio Contable

DLC

Impuestos y Certificaciones

Consultoría Empresarial

Criptomonedas

Visita nuestra web

Servicios online *Sedes en Nordelta y CABA* *estudiocontabledlc* *www.estudio-dlc.com* *+54 9 11-5693-5638*



CONEXA

SALUD MENTAL

- Tratamientos individuales de psicología y de psiquiatría.
- Entrevistas de larga duración para dar lugar a la escucha de cada paciente.
- Reuniones de equipo semanales para mejor comunicación entre psicólogo y psiquiatra.

: 011-4089-5700 : Conexa.saludmental

Contamos con estacionamiento gratuito.

+54 11 3881 6990

EDIFICIO NORTH CORAL SUITES
DEPARTAMENTO 207

CONSULTORIO OFTALMOLÓGICO

NORDELTA

DRA. SEQUEIRA CLAUDIA
DR. PIERUCCINI FLAVIO

TECNOLOGÍA Y EXCELENCIA MÉDICA



- OFTALMOLOGÍA ADULTOS Y NIÑOS
- CIRUGÍA DE CATARATAS
- GLAUCOMA
- RETINA
- MACULOPATÍAS
- ESTUDIOS DE ALTA COMPLEJIDAD

PREPAGAS Y OBRAS SOCIALES

@consultoriooftalmonordelta

D'AMORE
TECHNO SOLUTIONS

TE OFRECEMOS

- ATENCIÓN A PARTICULARES, LOCALES COMERCIALES Y EMPRESAS.
- RETIRO Y ENTREGA A DOMICILIO
- Reparación y mantenimiento de MAC/PC/NOTEBOOKS.
- Armados de PC.
- Reparación de impresoras.
- Venta de Notebooks.
- Formateo e instalación de sistema operativo.
- Redes WIFI tecnología MESH.

1150145515

www.damore.tech



Susana Sadej

TRATO HUMANO EN TIEMPOS DE IA

CONSTRUYÓ EN DIECISÉIS AÑOS UNA MARCA QUE PRIVILEGIA LA CALMA SOBRE LA URGENCIA. ENTRE UNA CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL QUE OSTENTA APENAS EL TRES POR CIENTO DE LAS INMOBILIARIAS DEL MUNDO, UNA SEGUNDA OFICINA RECIÉN ESTRENADA EN NÚÑEZ Y UN MÉTODO QUE ANTEPONE LA PERSONA A LA OPERACIÓN, LA FUNDADORA DE SUSANA SADEJ BROKERS INMOBILIARIOS EXPLICA POR QUÉ, EN SU NEGOCIO, VENDER RÁPIDO JAMÁS FUE SU OBJETIVO.

En Francia circula desde hace algunos años la tesis del neurocientífico Michel Desmurget que sostiene que, bajo el peso acumulado de las pantallas, los llamados nativos digitales serían la primera generación en cerca de un siglo que exhibe un coeficiente intelectual más bajo que el de sus padres, un retroceso que golpea con particular dureza el terreno emocional y la capacidad de sostener vínculos sin la mediación constante de un dispositivo. Susana Sadej trae esa tesis a colación sin solemnidad mientras explica por qué eligió edificar su inmobiliaria sobre un pilar que hoy parece anacrónico: la estrechez individual. “Tenemos que sostener la humanidad y el vínculo que es persona a persona, que es al final del día lo que le da sentido a las cosas”, asegura, y ahí, en esa frase aparece la clave de todo lo que construyó.

Porque antes de los organigramas, las capacitaciones mensuales y las alianzas internacionales, existió una mujer que se alejó del ruido mediático de comienzos de los dos mil, cuando su rostro era protagonista de la escena periodística, para reinventarse por completo. Se recibió de martillera y corredora pública, dio sus primeros pasos comerciales en los emprendimientos de la zona norte del Gran Buenos Aires, particularmente en Nordelta, y aprendió el oficio puertas adentro de una franquicia internacional que ella misma describe como su escuela.

“No sabía para dónde iba a ir mi vida y el mercado inmobiliario me encantó, aprendí, me capacité y me empezó a dar resultados”, cuenta sobre aquel desembarco casual que terminó convirtiéndose en vocación.

Corría 2010 y sus hijas eran pequeñas; la flexibilidad del rubro le permitió equilibrar la crianza con una carrera que, asegura, creció siempre de manera orgánica. “Me gusta decir que el progreso tiene que ser sostenido, con una base fuerte, y eso es lo que nos permite mantenernos vigentes más allá de las vicisitudes de la economía argentina o los cambios en la política”, reflexiona con la serenidad de quien ya atravesó varios ciclos.

Llegó un punto de inflexión inevitable. Tras acumular equipo, cartera y experiencia dentro de aquella franquicia, sintió la necesidad de fundar algo propio, con una impronta distinta que combinara su formación comercial con una visión del servicio que consideraba escasa en el mercado. Así nació SUSANA SADEJ BROKERS INMOBILIARIOS, que en septiembre cumple cuatro años de trayectoria independiente sobre una base que, en rigor, se viene tejiendo desde hace mucho más tiempo.

Incorporó agentes provenientes de otras inmobiliarias y también perfiles ajenos por completo al rubro, convencida de que el talento comercial puede formarse siempre que exista disposición genuina para aprender un oficio que, según insiste, tiene mucho menos de transacción fría y mucho más de acompañamiento humano.

Cómo se entrena la excelencia

Quien la visite en su oficina de Nordelta, o en el piso completo que acaba de inaugurar en Núñez, difícilmente se cruce con la estampa clásica del vendedor apremiado, traje ajustado y celular vibrando cada tres minutos. Esa postal, según Sadej, pertenece a otra época. "Creo que el público está más sofisticado, el cliente tiene muchísimas más alternativas de inversión de las que había hace diez o veinte años, cuando prácticamente todo se resumía al ladrillo y al dólar", explica, y agrega que "esa sofisticación del comprador obligó a una profesionalización equivalente del lado de la oferta". Sus clientes, dice, "ya perdieron la paciencia con el agente que ofrece un departamento un día y un auto al siguiente. Quieren alguien que ponga sus intereses por delante", resume, y cuenta una anécdota propia, la del corredor que tras cerrar la venta de una casa familiar intentó venderle una cobertura de seguros con un descuento dos por uno.

Esa exigencia de especialización atraviesa toda su filosofía de trabajo. Sadej capacita personalmente a cada integrante de su equipo desde el primer día, con una inducción propia y encuentros mensuales donde se abordan modificaciones legales, novedades impositivas o estrategias de comunicación.

"Garantizamos que la atención que recibe el cliente tenga siempre el mismo sistema, el mismo criterio, más allá de con qué agente hable", explica, consciente de que ese estándar homogéneo es precisamente lo que distingue a una boutique inmobiliaria de una franquicia masiva.

Por eso mantiene deliberadamente reducida su cartera de propiedades: prefiere entrenar en profundidad a veinte personas antes que intentar sostener ese mismo nivel de excelencia con cien.

El resultado de esa apuesta se traduce, según relata, en un vínculo de largo aliento con cada familia que atraviesa su oficina. Habla de clientes que repiten operación tras operación y llegan siempre por referidos, casi nunca por publicidad fría. Cada búsqueda, sostiene, arrastra una historia distinta: la pareja que se separa y necesita reorganizar su patrimonio, la familia que se instaló hace años en una casa enorme y hoy, con los hijos grandes, empieza a sentirse aislada, el inversor que analiza números fríos sin ningún componente emocional de por medio. "Terminamos generando una contención que, sin llegar a ser terapia, requiere de la misma dedicación y de escucha similar", asegura, y aclara enseguida algo que considera un principio irrenunciable: "incluso si hay que decirle al cliente que lo mejor es no avanzar con cierto negocio, siempre van a estar antepuestos sus intereses y su bienestar. Si hoy la operación no se concreta, se concretará más adelante".







Una certificación para 3 de cada 100 en el mundo

La expansión geográfica funciona, en su relato, como termómetro de la evolución de Buenos Aires. Tras tres años operando desde Nordelta, hace seis meses Sadej desembarcó con oficina propia en Núñez, un barrio que describe como corredor de crecimiento comparable al que supo tener Puerto Madero en su momento.

Desde ese punto atiende también al corredor norte del GBA y toda la ciudad de Buenos Aires, zonas donde detecta un fenómeno puntual: familias que después de décadas en la zona norte deciden acercarse otra vez a la ciudad porque sus hijos, ya adultos, se instalaron cerca de universidades o de nuevos trabajos.

Ese movimiento local convive con una mirada puesta afuera. Sadej relata con entusiasmo el asombro que le provocan a sus clientes extranjeros las dimensiones de las propiedades argentinas: recuerda a un matrimonio austríaco parado sobre un terreno de casi mil metros cuadrados, incapaz de asimilar semejante escala. "Me dijo que en su país esa casa sólo podría pertenecer a alguien de primer rango en na multinacional, y que ahí, viviendo en ochenta metros cuadrados de alquiler, ya se sentía afortunado", relata reviviendo la historia de aquel comprador suizo instalado en Austria, quien terminó soñando con retirarse algún día en Buenos Aires.

Es en este punto de la charla donde Sadej decide poner sobre la mesa lo que, admite, más orgullo le genera: dos herramientas que sostienen su expansión internacional. Por un lado, integra una alianza internacional que exhibe las propiedades de sus clientes exclusivos en portales globales, un circuito recíproco que también le permite acompañar a compradores locales interesados en invertir fuera del país. Por otro, obtuvo la certificación CRS, un sello que apenas ostenta el tres por ciento de las inmobiliarias a nivel mundial y que exige demostrar trayectoria efectiva, volumen de operaciones concretado y seguimiento comprobable de cada cliente. "Eso le garantiza a un comprador suizo, chino o norteamericano que está adquiriendo con alguien que ya tiene todos los ítems legales y de calidad revisados de antemano", detalla, consciente de que en un mercado tan heterogéneo como el argentino, esa clase de aval internacional funciona como un piso de confianza.

Con esa arquitectura ya consolidada, la mirada hacia adelante se vuelve, otra vez, medida. Se define a sí misma como una persona racional que planificó cada etapa de su carrera, y proyecta para los próximos seis años una o dos oficinas adicionales, quizás en Pilar o en alguna capital del interior como Córdoba, Rosario o Neuquén, siempre bajo el mismo criterio de crecimiento orgánico que la trajo hasta acá.



Ninguna prisa distingue ese plan, apenas la convicción, repetida a lo largo de toda la charla, de que las personas siempre van primero y el negocio, inevitablemente, llega después. Tampoco distingue a Sadej la urgencia por acumular metros cuadrados de oficina, sino la certeza de que cada apertura debe sostenerse sobre el mismo cimiento que construyó desde el primer día: capacitación constante, cartera acotada y clientes que vuelven porque, alguna vez, alguien los escuchó sin apuro. "Las personas necesitan resolver un negocio inmobiliario, pero lo primero es la persona", cierra, con la misma sobriedad que sus clientes reconocen apenas cruzan la puerta de su oficina.

Flavia Tomaello
Fotos: Fabian Sans

Web Site: www.susanasadej.com
IG @susanasadej.inmobiliaria
OFICINA ZONA NORTE
Calle del caminante 80, Edf. Vientos del delta 1, Oficina 521,
NORDELTA – TIGRE, BUENOS AIRES
TLF. 11.3078.0099
TLF. FIJO 11.4797.3077
OFICINA CABA
Ruiz Huidobro 1647, Piso 6, NUÑEZ.
TLF. 11.7891.4505





Guardá
lo que usás y
lo que no,
acá en Nordelta,
cerca de tu casa.

URBAN Storage

masmetros.com.ar
0810-22-01234

operado por
+metros
CREADORES DE ESPACIOS

NDA
ASESORES DE SEGUROS

CUBRIMOS LO
INESPERADO

CAUCIÓN DE ALQUILER

En NDA te asesoramos para que accedas a tu garantía de alquiler sin necesidad de aval propietario

¿SALIS A LA RUTA?
VIAJÁ CON CUIDADO

SEGURO AUTOMOTOR

Protegé tu vehículo con el plan que más se ajuste a vos.
Te asesoramos para que elijas la opción de mayor cobertura, al mejor precio.

Cotizá tu vehículo

1160001754

@ndaasesoresdeseguros
WWW.NDASESORES.COM.AR

CASO MALBA

NO SE HEREDA LO QUE UNA PERSONA ALGUNA VEZ TUVO

Cuando pensamos en una persona que crea una institución, aporta dinero, dona bienes o impulsa un gran proyecto, solemos asociar todo eso con su patrimonio personal.
Y entonces aparece una pregunta casi automática: ¿Eso algún día queda para sus hijos?"
La respuesta es: no necesariamente.
El MALBA —Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires— es un excelente ejemplo para entender una figura jurídica que muchas veces escuchamos nombrar, pero que no siempre conocemos en profundidad: la fundación.
¿Qué es una fundación?
Una fundación es una persona jurídica constituida para cumplir una finalidad de bien común y sin propósito de lucro. Para crearla, una o más personas destinan determinados bienes o recursos al cumplimiento de ese objetivo. Puede tratarse de dinero, inmuebles, obras de arte u otros bienes. Pero jurídicamente ocurre algo muy importante: cuando esos bienes pasan a integrar el patrimonio de la fundación, dejan de formar parte del patrimonio personal de quien los aportó.
Y eso cambia completamente el análisis sucesorio.
Entonces, ¿una fundación se hereda?
No de la misma manera que se hereda una casa, un departamento, dinero en una cuenta bancaria o un automóvil.
Una fundación tiene personalidad jurídica propia y patrimonio propio.
Por eso el ejemplo del MALBA resulta tan gráfico.
Su edificio y su colección institucional pertenecen a la Fundación MALBA. Es decir, no forman parte del patrimonio personal de quien impulsó originalmente el proyecto ni se transmiten automáticamente a sus herederos.
Fundar no significa seguir siendo dueño
Este es uno de los conceptos más importantes.
Una persona puede crear una institución, financiarla, aportar bienes o donar parte de su patrimonio.
Pero eso no significa que continúe siendo personalmente propietaria de todo aquello que pasó a pertenecer jurídicamente a la fundación.
Y aquí aparece una distinción fundamental en materia sucesoria:
una cosa es el patrimonio personal de una persona y otra muy diferente es el patrimonio de una persona jurídica.
Los herederos reciben los bienes que pertenecían al fallecido al momento de su muerte.
No aquellos que jurídicamente pertenecen a otra entidad.
¿Y si la fundación deja de existir?
Tampoco significa que sus bienes regresen automáticamente a la familia de quien la creó.
En términos generales, cuando una fundación se disuelve, el patrimonio restante debe mantener un destino vinculado al bien común, conforme a sus estatutos y a las disposiciones legales aplicables.
Es decir, no funciona como una sociedad comercial en la cual simplemente se distribuyen bienes entre socios o herederos.
La pregunta correcta en una sucesión
Cuando fallece una persona, muchas veces la familia pregunta: "¿Qué bienes tenía?" Pero jurídicamente hay una pregunta todavía más importante: "¿Qué bienes eran realmente de su propiedad al momento de fallecer?"
Porque no todo aquello que una persona creó, administró, financió o utilizó necesariamente le pertenece. Puede haber sociedades, fideicomisos, fundaciones, bienes donados o patrimonios separados que cambien por completo el panorama sucesorio. Por eso conocer cómo está organizado nuestro patrimonio resulta tan importante. Porque en derecho sucesorio hay una regla que resume todo: No se hereda lo que una persona alguna vez tuvo. Se hereda aquello que jurídicamente integraba su patrimonio al momento de su fallecimiento.

Dra Turiace Melina
T 92 F 408 CPACF
IG @draturiacemelina

Foto: Fabián Sans



UN SUEÑO MÁS CUMPLIDO

Chicago

HAY SUEÑOS QUE EMPIEZAN MUCHO ANTES DE LA LÍNEA DE LARGADA. SE CONSTRUYEN EN CADA ENTRENAMIENTO, EN LAS MAÑANAS DE FRÍO, EN LOS DÍAS DE CANSANCIO Y EN CADA MOMENTO EN EL QUE ELEGIMOS SEGUIR ADELANTE.



Hace unos días cumplí un nuevo sueño: correr la Maratón de Chicago, mi cuarta maratón, después de Buenos Aires, Nueva York y Berlín. Cuatro ciudades, cuatro experiencias inolvidables y una misma pasión: correr.

Detrás de esos 42,195 kilómetros hay meses de preparación, esfuerzo, emociones y muchas personas que nos acompañan en el camino. Porque correr una maratón no es solamente un desafío físico; es también aprender a confiar en uno mismo y descubrir que podemos llegar mucho más lejos de lo que imaginamos.

Cruzar la meta es una emoción difícil de explicar. Es mirar hacia atrás y valorar cada entrenamiento, cada sacrificio y cada paso que nos llevó hasta ahí.

Me vuelvo de Chicago con el corazón lleno de gratitud, un sueño cumplido y muchas ganas de seguir soñando.

Porque correr, como la vida, es animarse a empezar, disfrutar el camino y nunca dejar de desafiarse.

Y vos, ¿cuál es ese sueño que todavía te gustaría cumplir?

Soledad Senosiain
IG @msoledads13

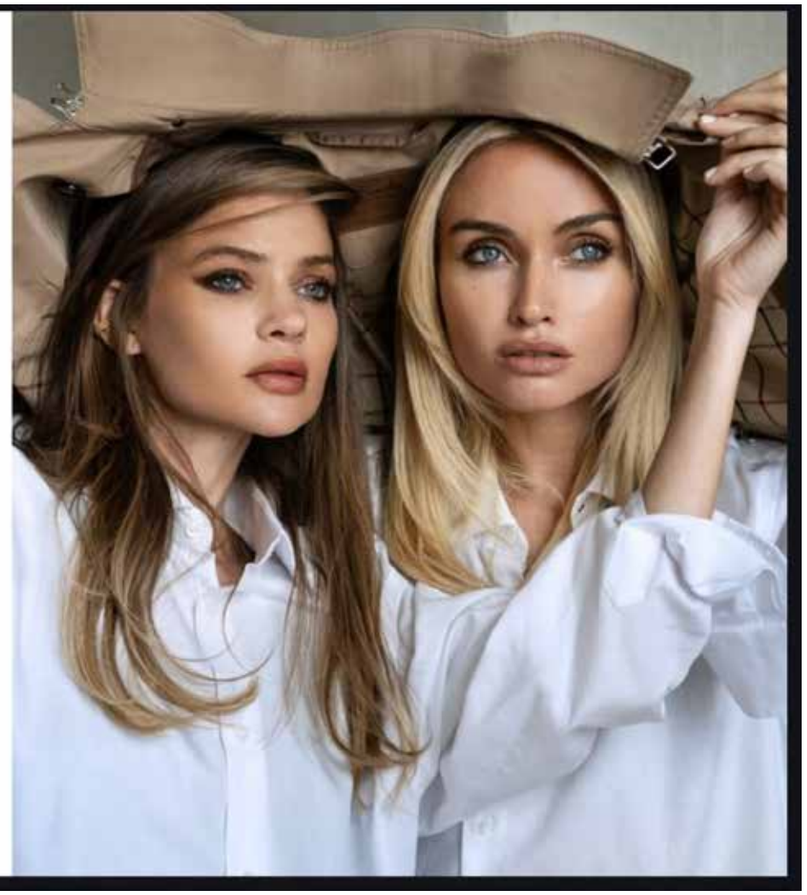


HAIR CARRIZO®
BEAUTY STUDIO / NORDELTA

Château Portal
Nordelta

Local 6

HAIRCARRIZO.COM



FABIANSANS
FOTOGRAFÍA



DISEÑAMOS
LO QUE SENTÍS
CUANDO
LLEGAS.

ACH | INTERIORES

EL ACERO QUE SE ANIMÓ A SOÑAR EN ARGENTINO

UNA MÁQUINA LÁSER PENSADA PARA OTRA COSA, UN VIAJE ENTRE AMIGOS Y LA CERTEZA DE QUE ALGO FALTABA EN LOS BALCONES ARGENTINOS ALCANZARON PARA FUNDAR, A FINES DE 2023, UNA DE LAS METALÚRGICAS JÓVENES QUE HOY LIDERA EL MERCADO DEL ACERO DECORATIVO. SUS SOCIOS CUENTAN CÓMO PASARON DE VENDER CUADROS POR MERCADO LIBRE A FABRICAR OBRAS PARA YPF Y LA AFA, Y DE PASO DESARMAN LOS MITOS, LOS ERRORES DE INSTALACIÓN Y LAS TENDENCIAS QUE DOMINAN HOY LA DECORACIÓN EN ACERO.

En “Tiempos Modernos”, Charles Chaplin pasa la película entera ajustando el mismo tornillo, una y otra vez, hasta que la cadena de montaje lo vuelve loco. Casi noventa años después, en un galpón metalúrgico del conurbano, dos socios cuentan exactamente lo contrario: un operario que un mes suelda, al siguiente corta chapa y al otro programa una tablet con instrucciones de calidad. Esa es la primera pista de Cintek, la empresa que en tres años pasó de cortar cuadritos con láser a liderar categorías enteras en Mercado Libre, y que hoy fabrica paneles decorativos, puertas granero y muebles de diseño para casas, obras y grandes empresas de todo el país.

Charlot filmó esa escena de 1936 pensando en el operario convertido en apéndice de una máquina que nunca cambia de tarea. Tahiel Schettino Sueiro y Sebastián Cardama, los socios que fundaron –Cintek a fines de 2023, prefieren la versión opuesta, la de una fábrica que se reinventa cada semana. La idea nació de una máquina láser que en el taller metalúrgico de su tercer socio, Cristian, se usaba para otra cosa por completo, y de un viaje entre amigos en el que vieron, en hoteles y balcones del exterior, paneles decorativos que en Argentina todavía nadie ofrecía. Con eso armaron primero cuadros de acero para pared, después chapas para obras, y más tarde las puertas corredizas tipo granero que hoy son uno de sus productos estrella. Hoy son casi 40 personas, tienen presencia en Easy, en más de 200 puntos de venta y en obras para clientes como YPF o la AFA, y se presentan, con datos de Mercado Libre en mano, como número uno en productos de acero para el hogar.

Mitos, tendencias y recomendaciones

La tendencia crece en Argentina y en el mundo, empujada sobre todo por el estilo industrial, el favorito indiscutido según los propios socios.

El secreto, cuentan, está en dos capas de protección que buena parte de la competencia no ofrece, acero electrocincado con recubrimiento de zinc y pintura al horno cocida a 250 grados, una combinación que permite instalar una placa en el baño, en la cocina o a metros del mar sin que se oxide ni pierda color durante décadas.

Sobre esa base conviene desarmar tres mitos frecuentes. El primero es creer que la pintura líquida y la pintura al horno son lo mismo, algo que se desmiente solo, a los pocos meses, cuando la primera se raya o se descascara.

El segundo es pensar que cualquier chapa sirve, cuando buena parte del mercado usa acero común, sin electrocincado, que se deteriora rápido. El tercero, quizás el más caro de pagar, es comprar la pieza ya pintada para soldarla recién en la instalación, un error clásico que arruina tanto la pintura como la soldadura.

A la hora de comprar, para exteriores o zonas húmedas cualquier acabado sirve, porque todos los productos tienen la misma calidad de pintura, aunque el espesor sí cambia según la pieza, ni tan fino que flamee con el viento, ni tan grueso que encarezca la obra sin necesidad. El negro sigue siendo el color más elegido, lejos, porque combina con todo y disimula mejor el uso diario. Para instalar, la clave está en el nivel, una puerta granero torcida termina deslizándose sola, así que conviene contemplar el desnivel del suelo antes de amurar cualquier estructura. El mantenimiento, en cambio, es mínimo, alcanza un trapo con agua, sin químicos ni cuidados especiales.

Lo que viene, adelantan, es una línea de muebles de alta gama en madera con patas de diseño propio, además de un sueño pendiente, exportar. Sus chapas decorativas ya aparecieron en hoteles de China y balcones de Estambul. El desafío ahora es que el mundo también las pida desde acá.

WORLD COLOR
COOPERATIVA GRÁFICA

- Libros
- Revistas
- Carpetas
- Flyers
- Catálogos
- Dípticos / Trípticos
- Tarjetas Personales
- Afiches
- Sobres
- Imanes
- Banners
- Vinilos
- Lonas
- Stickers
- Agendas
- Cuadernos
- Microperforado
- Gran Formato



11 3780-4930

/graficaworldcolor · coopgraficaworldcolor@gmail.com · Bolívar 746 B, Pilar Centro

LG DESIGN

DISEÑO VISUAL

QUE OFRECEMOS:

- Logos que representan tu marca
- Calendarios personalizados
- Folletos y flyers
- Publicaciones para redes sociales
- Y mucho más (tarjetas de presentación, banners, invitaciones, etc.)

CONTACTANOS

+54 9 11 6766 1616 lgdesign80@gmail.com

Arte Raku

El arte que emerge
de los 4 elementos

Cada pieza es Única

CERÁMICA DE AUTOR · Arte Raku

ECOS DE MAR, ALTURA Y UN DIOS QUE SONRÍE DESDE LOS MUROS

Nápoles

NÁPOLES VIBRA ENTRE HISTORIA, BELLEZA Y PASIÓN, UNA CIUDAD QUE SE SIENTE EN CADA PASO. DESDE EL HOTEL PARKER'S, EL GOLFO SE ABRE COMO ESCENARIO PRIVILEGIADO PARA DESCUBRIR SU ESENCIA, CON MARADONA COMO PRESENCIA CONSTANTE QUE UNE EMOCIONES Y ANTICIPA EL PULSO DE UN MUNDIAL CERCANO.

Sentirse argentino en Nápoles implica reconocer un pulso compartido que no necesita traducción. Una complicidad inmediata se cuela entre miradas, gestos, palabras dichas a medias. La ciudad devuelve algo que no se sabía perdido, una pertenencia que no figura en los mapas pero aparece en los altares improvisados, en las camisetas colgadas de los balcones, en los murales que multiplican un rostro inconfundible. Maradona no descansa en la memoria napolitana, respira en cada esquina, en cada café servido con ceremonia, en cada conversación que deriva inevitablemente hacia ese zurdo que convirtió el fútbol en destino.

Nápoles no se visita, se atraviesa como una emoción. El Centro Histórico despliega un tejido donde el tiempo no avanza en línea recta sino en espirales, mezclando siglos con una naturalidad desconcertante. Spaccanapoli corta la ciudad como una herida luminosa, una línea que separa y une al mismo tiempo, mientras Via dei Tribunali propone un desfile de aromas que invitan a detenerse sin apuro. La pizza emerge como un lenguaje universal, simple y perfecto, capaz de explicar la ciudad mejor que cualquier tratado.

Entre iglesias que guardan silencios densos y plazas que estallan de vida, la Catedral de San Gennaro ofrece un recogimiento que conmueve incluso a quienes no buscan lo sagrado. La Iglesia del Gesù Nuovo sorprende con su fachada casi enigmática, un juego geométrico que contrasta con la exuberancia de su interior.

Más adelante, el Claustro de Santa Chiara se abre como un suspiro, azulejos que reflejan el sol y convierten el espacio en una pausa necesaria.

El pasado romano encuentra refugio en el Museo Arqueológico Nacional, un universo donde mosaicos y esculturas narran escenas cotidianas que sobrevivieron al desastre. Pompeya y Herculano laten allí, intactas en su tragedia, recordando que la belleza también puede ser frágil. Castel dell'Ovo se recorta sobre el mar con una serenidad casi hipnótica, mientras el Maschio Angioino impone su presencia con una fuerza que parece inalterable.

En ese entramado de historia y presente, elevado sobre la ladera que abraza el Golfo, el Hotel Parker's propone otra forma de entender Nápoles. No se trata solo de un lugar para hospedarse, sino de una perspectiva. Desde allí, la ciudad se ordena en capas, el Vesubio vigila con su silueta inconfundible y el mar se extiende como una promesa constante.

El origen del hotel remite a 1870, a la visión de George Parker Bidder III, un científico inglés fascinado por la biología marina y por la intensidad napolitana. Su idea no respondía únicamente a la hospitalidad, buscaba crear un espacio donde la contemplación y el pensamiento encontraran un equilibrio natural.









Viajeros del Grand Tour encontraron allí un refugio que combinaba elegancia y curiosidad intelectual, un escenario donde las conversaciones tenían tanto peso como el paisaje.
El paso del tiempo dejó marcas profundas. La Segunda Guerra Mundial puso en riesgo su existencia, hasta que la intervención de Francesco Paolo Avallone devolvió la dignidad a la estructura. La restauración iniciada en 1948 marcó un renacimiento que continuó tras el terremoto de Irpinia, consolidando un equilibrio entre respeto por la historia y adaptación al presente.
Las habitaciones y suites mantienen ese diálogo silencioso entre épocas. Maderas nobles, textiles que evocan otros tiempos, detalles que no buscan imponerse sino acompañar. La Parker's Suite despliega una narrativa propia, con biblioteca incluida y espacios pensados para la introspección. La Honeymoon Suite, en cambio, invita a una experiencia más íntima, con el mar como protagonista de cada instante.
La arquitectura establece una relación íntima con el entorno. Balcones y terrazas enmarcan el Golfo como si se tratara de una obra en constante transformación. Capri aparece en el horizonte, el Vesubio observa, la luz cambia y modifica cada percepción. Nada permanece igual, todo fluye.
El interior funciona como un museo habitado. Esculturas de la Fonderia Artistica Chiurazzi dialogan con intervenciones contemporáneas, generando una tensión estética que enriquece la experiencia. Las Musas de bronce, de espaldas al mar, parecen custodiar no solo el espacio sino también el paso del tiempo.
La propuesta gastronómica alcanza una dimensión propia en el restaurante George, donde el chef Domenico Candela construye un relato que une tradición campana con precisión técnica. Cada plato se percibe como una memoria reinterpretada, un puente entre lo conocido y lo inesperado. La terraza Bidder suma el componente sensorial del aire marino, del sonido lejano de la ciudad, de una luz que transforma cada comida en un instante suspendido.
La hospitalidad adquiere una dimensión casi invisible, un arte que se percibe en los detalles. La figura del concierge se transforma en guía emocional, capaz de traducir deseos en experiencias.



Talleres artesanales, rincones poco transitados, historias mínimas que no figuran en las guías tradicionales aparecen como capítulos secretos de la ciudad.
Existe también un compromiso que trasciende lo visible. Proyectos sociales, vínculos con la comunidad, iniciativas que conectan el lujo con la responsabilidad. Una elegancia que no se limita a lo estético, que se expande hacia lo humano.
Desde esa altura, Nápoles se comprende de otra manera. El ruido se convierte en música lejana, el caos encuentra una lógica propia, la intensidad se vuelve contemplativa. El viajero deja de ser espectador para formar parte de una narrativa más amplia.
El cierre inevitable no remite a una despedida, sino a una invitación. Salir del hotel implica volver a sumergirse en la ciudad con otra sensibilidad.



El Lungomare regala caminatas donde el mar acompaña cada paso. El barrio español despliega su vitalidad sin filtros, ropa colgada entre edificios, voces que se cruzan, vida en estado puro. El estadio Diego Armando Maradona se convierte en un santuario donde el fútbol deja de ser deporte para transformarse en fe.
Murales en Quartieri Spagnoli, altares improvisados, bares donde su imagen preside conversaciones interminables. El Mundial asoma en el horizonte y Nápoles late con una intensidad renovada. Cada gol recordado, cada jugada repetida en relatos apasionados refuerza un vínculo que une continentes.
Pasear por la ciudad en ese contexto adquiere otro significado. No se trata solo de ver, sino de sentir. Nápoles propone un recorrido donde la historia, el arte y la devoción conviven sin jerarquías. Maradona aparece como hilo conductor, como puente emocional entre culturas, como símbolo de una identidad que se celebra sin reservas.
El viajero se lleva algo difícil de nombrar. Una mezcla de sal, historia y emoción. Una certeza íntima de haber estado en un lugar donde el tiempo no se mide en horas, sino en latidos.

Flavia Tomaello


dept.
Consultorio de Cirugía
Plástica, Estética,
Reconstructiva y Cosmiatría
Nordelta
San isidro
Palermo
Whatsapp Instagram
Whatsapp:
11 2544-2717


Bendita
Estampa
MERCHANDISING
TU MARCA EN CADA DETALLE
MERCHANDISING PARA EMPRESAS
GORRAS | REMERAS | BUZOS | CAMPERAS | TERMOS | MATES | BOTELLAS
MOCHILAS | ACCESORIOS | ARTÍCULOS PERSONALIZADOS | Y MÁS
TU LOGO
TU EQUIPO
TU EVENTO
TU REGALO
TU NEGOCIO
11 5721 8150
ESCRIBINOS POR WHATSAPP

ADRIANA BOHO

LA MUJER QUE COMBATE LOS MICRORACISMOS.

TUSILLÓN

FÁBRICA DE SILLONES



DONDE EL CONFORT
SE CONVIERTE EN ARTE

DISEÑO ARTESANAL, PENSADO PARA TRASCENDER.

Liniers 2567, **Tigre**
Av. Luro 8542, **Mar del Plata**
Edison 2899, **Mar del Plata**

WWW.TU-SILLON.COM



Ricciardi

En estas Fiestas

El valor de siempre brilla como nunca.

"Es de mi confianza"



COMPRAMOS

Oro & Relojes

Rolex - Vacheron Constantin
Patek Philippe - Cartier - Omega
Breitling - Ulysse Nardin - Audemars Piguet

VENDEMOS

Alhajas Antiguas & Modernas
Anillos & Joyas con brillantes
Alianzas con
diseños exclusivos

Tasación sin cargo

+549 11 6482 3033

Pago inmediato

Avenida de Los Lagos 6855 - Nordelta