

# PÁDEL EN EL TORREÓN



*La desarrolladora Adlanto y Kóndor Club Pádel firmaron un acuerdo para erigir siete canchas de pádel junto al lago Torreón, en Luzuriaga. El proyecto incluye una oferta gastronómica y una academia de pádel para niños y adultos. Apuntan a ponerlo en marcha en octubre próximo. Pág. 3*

osde



# telecom



## Soluciones Cloud

# Tu empresa es única, su **nube** también

La nube a la medida de tu negocio. Pública, privada, híbrida. Con la tecnología, seguridad y asesoramiento a la medida justa de tus necesidades.

#SomosMulticloud



Google Cloud



HUAWEI



IBM Cloud



Microsoft  
Azure

[telecom.com.ar/cloud](https://telecom.com.ar/cloud)

# Desarrollarán siete canchas de pádel al lado del lago El Torreón

Adlanto y Kóndor Club Pádel firmaron un acuerdo que incluirá una oferta gastronómica y una academia de pádel para niños y adultos.



La desarrolladora Adlanto y Kóndor Club Pádel firmaron un acuerdo para erigir siete canchas de pádel junto al lago Torreón, de 450 metros, en Luzuriaga, aprovechando el resurgimiento de este deporte a nivel mundial.

La oferta incluirá una cantina para los jugadores y visitantes, y una academia de pádel para niños y adultos. Desde Kóndor Club esperan inaugurar en octubre próximo.

Roberto Oehler, gerente general de Adlanto en Argentina, aseguró que “con estas canchas de pádel seguimos aumentando nuestra oferta de servicios en El Torreón, que además del desarrollo de las distintas etapas de los barrios, incluyen una pista de salud alrededor del lago y el Centro Empresarial Torreón,

que mes a mes incorpora nuevas empresas y comercios a sus oficinas y locales”.

Cristian Placeres, representante de Kóndor Club Pádel, adelantó que “las canchas estarán rodeadas por un blindex panorámico, que al no poseer caños evitan que se obstaculice la visión desde atrás”. Además, a partir de su experiencia en la gastronomía con la cadena Kingo, montarán una cantina para jugadores y público en general. A ello le sumarán una academia dirigida a niños y adultos, “un servicio que hasta ahora no se presta demasiado en este deporte”.

Ya se está trabajando en los pisos y en las próximas semanas comenzará el montaje de las canchas y de toda la estructura. “Apuntamos a abrir en octubre”, aseguró Placeres.

# GDN Argentina y Amigos del Bellas Artes presentan el ciclo “Más arte en todas partes”

GDN Argentina (compañía controlante de las marcas Híper ChangoMás y ChangoMás) y la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, presentan: “Más arte en todas partes”, una iniciativa que busca promover el acceso al arte y la difusión de la colección del Museo, a través de la reproducción de obras emblemáticas de reconocidos artistas argentinos en las tiendas que la cadena de retail tiene en diferentes puntos del país.

El proyecto tiene como objetivo dar a conocer la riqueza cultural y la diversidad regional de Argentina, a través de la selección de cinco obras de arte que representan las distintas zonas del país y cuyas reproducciones serán expuestas en las sucursales de Híper ChangoMás de Resistencia y Olavarría, así como en ChangoMás Mendoza (Maipú), Jujuy y Comodoro Rivadavia.

Las obras pertenecientes a la colección del Museo Nacional de Bellas Artes que se reproducirán para esta edición son:

- Atilio Terragni, *Atardeciendo*, 1920
- Américo Panozzi, *Quietud del lago*, 1922
- Prilidiano Pueyrredón, *Un alto en el campo*, 1861
- Víctor Cúnsolo, *La vuelta de Rocha*, 1929
- Augusto Ballerini, *La cascada del Iguazú*, 1892

La reproducción de estas imágenes, junto a un código QR con acceso a información ampliada sobre las obras y sus artistas que fue desarrollada por Amigos del Bellas Artes, <https://amigosdelbellasartes.org.ar/masarteentodaspartes/>, permite generar nuevos modos de acceso al patrimonio cultural nacional custodiado por el Museo Nacional de Bellas Artes, así como diversas articulaciones pedagógicas con jardines de infantes y escuelas locales. A la vez, el proyecto promueve instancias que estimulan tanto el conocimiento del arte, su historia y sus creadores, como así también, la interacción entre el Museo y su público, en ámbitos disruptivos, “no tradicionales” -como Híper ChangoMás y ChangoMás- que se encuentran por fuera de su edificio y con alcance federal. Así es como, en un contexto muy distinto al del museo, los visitantes podrán ver de cerca las obras reproducidas, conocer a sus artistas, saber más sobre los dis-



tintos géneros de la pintura y, en definitiva, acceder a una experiencia ligada al arte en el ámbito mismo de la cotidianidad.

“Somos una compañía que apuesta a ser localmente relevante en cada región del país donde estamos presentes. En cada comunidad buscamos que nuestras tiendas sean algo más que un supermercado. Alianzas e iniciativas como esta nos permiten devolverle, a cada localidad, una imagen de sí misma, de su región y de todo el país, a través del arte; a la vez que hacen posible democratizar su acceso a partir de generar espacios donde el conocimiento, la enseñanza y los valores culturales estén presentes como modelos de identidad nacional”, afirma Juan Pablo Quiroga, director de Relaciones Institucionales de GDN Argentina.

Por su parte, Julio César Crivelli, presidente de la Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, detalla que “esta campaña nos permite difundir tanto al Museo como algunas de sus principales obras, que hacen referencia a la identidad nacional y muestran algunos de nuestros paisajes e iconografía más característicos. Es sin duda, para nuestra Asociación, una estrategia innovadora para el desarrollo de nuevos públicos en un ámbito distinto, que reafirma el compromiso del sector privado con la cultura”.

La iniciativa “Más arte en todas partes” estará expuesta del 08 de julio al 30 de agosto en las sucursales de Híper ChangoMás de Resistencia (Ruta 11 y Avenida Marconi), Olavarría (Rivadavia 4870) y ChangoMás Mendoza (Calle J.A. Maza Nte. 470 Maipú), Jujuy (Riobamba, RN9) y Comodoro Rivadavia (Ruta Nacional 3, Km 4).



**Lisicki Litvin**  
& Asociados

Más de 34 años de experiencia  
En la prestación de Servicios Profesionales



Impuestos



Auditoría



Consultoría



Servicios Legales

### MENDOZA

Ruta Panamericana, Chacras Park - Edificio Ceibo, Piso 5 Of. 502, (5507) | (+54) 261 5244806/7

#### BUENOS AIRES

25 de Mayo 555,  
Piso 13, (1002ABK)

(+54) 11 48916800  
(+54) 11 43133035

#### ZONA NORTE (GBA)

Dr. Luis García 695,  
Piso 8, Tigre, (B1648AEC)

(+54) 11 48916800

#### CORRIENTES

9 de Julio 1272,  
Piso 8, (W3400AYV)

(+54) 379 4432266

#### ROSARIO

Madres de Plaza de Mayo 3020,  
Piso 5, Torre Nordlink, (S2013SW)

(+54) 341 4461795

#### SALTA

Alianza c/Estudio Campastro  
España 77, (A4400ANA)

(+54) 387 4312312

#### SAN LUIS (Corresponsal)

Pasaje Salta 1372,  
(C5700)

(+54) 266 15 4363956

#### RIO NEGRO -VACA MUERTA-

Alianza c/Estudio Rizza  
Villegas 780, Cipolletti, (R8324KUP)

(+54) 299 4774000

#### ASUNCIÓN -PARAGUAY-

Av. Aviadores del Chaco 2050,  
Piso 8, Asunción, (1816)

(+54) 11 48916800

#### CÓRDOBA

Humberto Primo 650, Piso 15, Of. 1501, Torre Capitalinas, (X5000FAN)

(+54) 341 4468300 / 341 4461795

# Grupo Avinea se suma a la iniciativa “4 per 1000”, lanzada en París en 2015

Grupo Avinea, considerado como el primer productor de vino orgánico de Argentina y miembro fundador de Sustainable Wine Roundtable (SWR), en el marco del Día Internacional de la Conservación del Suelo se unió a la iniciativa “4 per 1000”. Esta iniciativa tiene como objetivo demostrar que la agricultura, y en particular los suelos agrícolas, pueden desempeñar un papel crucial en la seguridad alimentaria y el cambio climático.

“En Avinea buscamos liderar la vitivinicultura argentina de manera sustentable, respetando nuestro entorno y desarrollando marcas de alto valor percibido, comercializadas nacional e internacionalmente, guiados por la innovación y centrado en el consumidor ofreciendo porfolio amplio de productos con atributos sustentables”, comenta Andrés Valero, líder de Sustentabilidad de Grupo Avinea.

La Iniciativa Internacional “4 per 1000”, lanzada por Francia el 1 de diciembre de 2015 en la COP21, consiste en federar a todos los actores voluntarios de los sectores público y privado (Estados, autoridades locales, empresas, organizaciones profesionales, ONGs, centros de investigación, etc.) en el marco del Plan de Acción Lima-París.

## Conservación del suelo

“El suelo juega un rol clave para que podamos ser el mayor productor de vino orgánico de la Argentina. Los viñedos fueron desarrollados en función de un mapeo previo de suelo con el fin de caracterizar sectores dentro de la finca que nos ayudaron a distribuir las variedades en diversas parcelas. A través de estudios de suelo: calicatas, análisis texturales, estado



de salud de las raíces y planta (virosis y nemátodos). También a través de estudio de microorganismos presente en el suelo se revisa y evalúa la salud del suelo. Se lleva adelante un manejo agronómico que busca que las raíces del viñedo exploren naturalmente el mayor volumen de suelo posible. A lo largo de todo el ciclo del cultivo se mantienen coberturas (verdes vivas o restos de podas, restos de hojas) que además de tener un rol de fomento de biodiversidad superficial y subterránea permite mantener vivo al suelo y protegerlo de la erosión” explica Cecilia Acosta, Gerente Agrícola de Bodega Argento

Y concluye: “Consideramos al suelo como un organismo vivo por lo que tenemos un especial cuidado y respeto, es por ello que además durante la vinificación, el equipo enológico busca que cada vino de Grupo Avinea, destaque en su perfil sensorial las características del suelo de cada una de las regiones de donde proviene la uva”.

Para más información ingresar en <https://grupoa-vinea.com/>.

## STAFF

### Punto a Punto

Montevideo 251, 2° piso  
(5500) Mendoza

### Presidente

Agustín de la Reta

### Director General

Adolfo de la Reta  
[adolfo@pap.com.ar](mailto:adolfo@pap.com.ar)

### Director Periodístico

Mauricio Llaver  
[mllaver@pap.com.ar](mailto:mllaver@pap.com.ar)

### Directora de Eventos

Rosana Moretta

### Jefe Comercial

Néstor Nardella  
[nnardella@pap.com.ar](mailto:nnardella@pap.com.ar)

### Redacción

Carlos Lagos  
[clagos@pap.com.ar](mailto:clagos@pap.com.ar)  
Ludmila Llaver  
[ludmilallaver@pap.com.ar](mailto:ludmilallaver@pap.com.ar)

### Área Comercial

Laura Puy  
[lpuy@pap.com.ar](mailto:lpuy@pap.com.ar)  
Valentina Mussuto  
[vmussuto@pap.com.ar](mailto:vmussuto@pap.com.ar)

### Arte y Maquetación

Fabián Molino

### Administración

Analia Biondo  
[abiondo@pap.com.ar](mailto:abiondo@pap.com.ar)

Se prohíbe la reproducción total o parcial del material de **Punto a Punto** sin citar fuente. Registro de la Propiedad Intelectual N° 186705.

# PULENTA

E S T A T E



2 0 1 9

GRAN  
CABERNET FRANC

XI

96 PTS

**Tim Atkin**

[ WINEMAKERS SINCE 1912 ]

[WWW.PULENTAESTATE.COM](http://WWW.PULENTAESTATE.COM)

# Batakis no funciona, la crisis se acelera



Por **Mauricio Llaver** / Director periodístico de **Punto a Punto**

*La ministra no ha torcido ninguna expectativa y no despeja el gran interrogante: su nivel de kirchnerismo en sangre / La gobernabilidad peronista, un mito en crisis / Inflación con vida propia: se viene un 6, 7, 8... / Mendoza: aguante el turismo / Cosas del alma: un Credo más necesario que nunca / Y un vino, por supuesto.*

**BATAKIS NO FUNCIONA.** Silvina Batakis no funciona, por ahora, como ministra de Economía de la República Argentina. Lleva apenas 10 días hábiles en su función y desde entonces ha ocurrido lo siguiente:

- 1) No ha logrado torcer ninguna expectativa en los argentinos que toman decisiones económicas en el día a día.
- 2) Ha hecho un solo anuncio concreto: el nuevo aumento para los gastos con tarjetas en el exterior (del 35% al 45% en adelante de Ganancias). Es decir, más impuestos.
- 3) Nadie ha dejado de remarcar ningún precio ante la posibilidad de que las cosas mejoren.
- 4) El dólar *blue* –el gran termómetro argentino, guste o no guste– subió durante su cortísima gestión desde 239 hasta 293 pesos. Una devaluación en la práctica (y en las expectativas) del 22,5%.

## **BATAKIS NO FUNCIONA (II): LA GRAN PREGUNTA.**

La gran pregunta implícita desde el nombramiento de Batakis es sobre su nivel de kirchnerismo en sangre. De ahí surge el gran problema. Para los kirchneristas, no está suficientemente de su lado (al otro día de hablar de “fiscalismo”, Página 12 la saludó en su portada con un emoticón de dudas y un título que expresaba: “Mmmmmmm”). Para los no kirchneristas, todo queda claro en los números del dólar *blue* y el Riesgo País (2.754 puntos). Batakis es una ni-ni, todo un símbolo de un gobierno que surgió de una fórmula contra natura y que está desarrollando una administración contra natura: nadie sabe quién manda, cuál es el plan para que salgamos de esta crisis, y es difícilísimo encontrar algo bueno que hayan hecho desde que asumieron. ¿Cómo se va a sostener esta ministra? ¿Y quién se animaría a reemplazarla en estas condiciones?

**PERONISMO, UN MITO EN CRISIS (Y UN MENSAJE PARA LA OPOSICIÓN).** Uno de los mitos que dominan la conversación pública argentina es que sólo el pe-

ronismo garantiza la gobernabilidad del país. Ese mito está en crisis en estos días, con un gobierno rocambolesco, y se desmiente con los hechos históricos de que dos gobiernos de esa procedencia no terminaron su mandato: Juan Domingo Perón, septiembre 1955, en un momento de radicalización aguda de su gobierno; e Isabel Martínez de Perón, marzo 1976, en un momento de desorden político y social con puntos de contacto con el actual. Por el contrario, el no peronismo demostró hace apenas dos años y medio que sí podía terminar un mandato, incluso con condiciones de oposición muy adversas, con Mauricio Macri como presidente. Esta variable de análisis debería ser más utilizada en este momento, porque la oposición lleva tres elecciones consecutivas con votaciones de un nivel del 40%, que además van cambiando estructuralmente la composición del Congreso. Y la propia oposición debería cuidarse de decir que “con esta situación a nosotros nos hubieran volteado”, porque involuntariamente realimentan el mito peronista, que se puede cuestionar con los pocos datos que acabo de citar. El peronismo no es infalible ni invulnerable, y una oposición con apoyo masivo y voluntad política suficiente podría demostrar que es capaz de gobernar, incluso en momentos muy difíciles. Un ejemplo cercano: la voluntad política con que Alfredo Cornejo encaró en Mendoza temas como educación, seguridad, empleo público y relación con los sindicatos.

**INFLACIÓN CON VIDA PROPIA.** Índice de Precios al Consumidor en los últimos 12 meses, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec). El acumulado de los primeros seis meses del año es de 36,2%. El avance en los últimos 12 meses fue de 64%. Junio de 2022 tuvo la inflación más elevada para ese mes desde 1990.

Julio: 3%

Agosto: 2,5%

Septiembre: 3,5% (Cont en pág. 10)





ROSELL BOHER  
*Lodge*



Great Wine Capitals  
GLOBAL NETWORK | A WORLD OF EXCELLENCE

**THE BEST  
OF WINE  
TOURISM  
AWARDS**

**MEJOR RESTAURANTE DE BODEGAS DEL MUNDO 2020**  
Oro en Arquitectura y Paisajes de Mendoza 2019  
Oro en Alojamiento de Mendoza 2017

Rosell Boher Lodge.  
Alto Agrelo, Luján de Cuyo, Mendoza  
[reservas@rosellboherlodge.com](mailto:reservas@rosellboherlodge.com)

 [rosellboherlodge](https://www.instagram.com/rosellboherlodge)



(Viene de pág. 8)

Octubre: 3,5%

Noviembre: 2,5%

Diciembre: 3,8%

Enero: 3,9%

Febrero: 4,7%

Marzo: 6,7%

Abril: 6%

Mayo: 5,1%

Junio: 5,3%

---

**INFLACIÓN DE 6, 7, 8...** El problema de la inflación no son sólo los números de los meses pasados, sino de los que vienen. Para julio, ya hay consenso de que tendrá un piso de 6% y que podría llegar a 8%. En un gobierno de Cristina, vamos a tener una inflación mensual de, más o menos, 6, 7, 8 por ciento. Ja.

---

**QUE NO SE DETENGA.** La bonita música de los acentos foráneos que escuchamos estos días por toda la provincia tiene su correlato en cifras. Ya vinieron unos 120.000 turistas y, para mejor, todavía faltan los viajeros de Buenos Aires y CABA, que empiezan mañana sus vacaciones. La conectividad se sigue recuperando, y así están los vuelos según el Observatorio Turístico del Ministerio de Cultura y Turismo: "La provincia cuenta con un promedio de 145 vuelos semanales, entre cabotaje e internacionales, de los cuales 120 son de cabotaje y 25 internacionales. Los de cabotaje están distribuidos, por semana, en 112 al aeropuerto de Mendoza; 6 al aeropuerto de San Rafael; 2 vuelos al aeropuerto de Malargüe, con 8 destinos: Buenos Aires (Aeroparque y Ezeiza); Córdoba; Rosario; Bariloche; Neuquén; Comodoro Rivadavia; Salta; Mar de la Plata y Jujuy. Mendoza cuenta con 81 vuelos directos semanales a Buenos Aires (Aeroparque y Ezeiza), 14 a Córdoba, 4 a Rosario, 4 a Bariloche, 1 a Comodoro Rivadavia; 3 vuelos a Salta, 2 a Mar de la Plata, 9 a Neuquén y 2 a Jujuy". No mucho más, y volvemos a las cifras pre-pandemia. Que no se detenga.

---

**COSAS DEL ALMA: OTRA VEZ, EL BELLO CREDOLAICO DE AQUILES NAZOA.** A este "Credo" del poeta venezolano Aquiles Nazoa (1920-1976), ya lo publiqué el año pasado. Pero vale la pena la relectura, sobre todo en días como los que nos depara nuestro país: "Creo en Pablo Picasso, todopoderoso, creador del cielo y de la tierra; creo en Charlie Chaplin, hijo de las violetas y de los ratones, que fue crucificado, muerto y sepultado por el tiempo, pero que cada día resucita en

el corazón de los hombres; creo en el amor y en el arte como vías hacia el disfrute de la vida perdurable; creo en los grillos que pueblan la noche de mágicos cristales (...) creo en las monedas de chocolate que atesoran secretamente debajo de la almohada de mi niña (...) creo en el llanto silencioso de Aquiles frente al mar, creo en un barco esbelto y distintísimo que salió hace un siglo al encuentro de la aurora (...) creo en el perro de Ulises; en el gato risueño de Alicia en el País de las Maravillas, en el loro de Robinson Crusoe, en los ratoncitos que tiraron del coche de la Cenicienta (...) creo en la amistad como el invento más bello; creo en los poderes creadores del pueblo; creo en la poesía y en fin, creo en mí mismo, puesto que sé que hay alguien que me ama".

---

**Y UN VINO, POR SUPUESTO.** Hace unos años, Santiago Achával tuvo la buena idea de envasar algunos de sus vinos en botellas Magnum para ver cómo evolucionaban, y ahora tuvo la mejor idea de probarlas y de presentarlas al mercado. El resultado es excelente. En una reunión en su bodega boutique de Perdriel, probamos la cosecha 2015 de cuatro de sus Matervini: Tinto (Chacayes), Finca Canota (Canota, Las Heras), Alteza (Cafayate) y Finca (Perdriel). Todos son Malbec, y en el caso del Finca tiene un pequeño toque de otros varietales. Santiago no sólo hace grandes vinos, sino que es



el orgulloso padre de Lourdes, artista, cuyas pinturas figuran en las etiquetas de las nuevas botellas. Lo bueno de los Matervini en Magnum es que no sólo son artísticos por afuera, sino que son riquísimos por dentro. Los cuatro vinos son distintos, pero tienen el hilo conductor de buscar la máxima expresión de las uvas en sus terruños particulares, y de mostrar en toda su dimensión las anchas posibilidades del Malbec. Mientras degustábamos las Magnum, y comentábamos con colegas la alta calidad de lo que probábamos, Santiago nos transmitió también su convicción de que la cosecha 2022 ha sido la mejor de las 24 que ha elaborado en Mendoza. Más contentos no nos podíamos ir.



Susana Balbo.



f @ [www.susanabalbowines.com.ar](http://www.susanabalbowines.com.ar)

OSADIA  
*de crear*

Osadía de Crear es una síntesis entre innovación y técnica que se fusiona con una minuciosa selección de productos de estación, sabores y estética. Nuestro equipo está en una búsqueda permanente de crear nuevas experiencias únicas y creativas que armonizan con los vinos de la primera mujer enóloga de la Argentina. Te esperamos para compartir nuestra osadía de crear.

RESERVAS | [turismo@sbwines.com.ar](mailto:turismo@sbwines.com.ar)

Whatsapp: (+54) 9 261 6626 754

# TU CASA, EL MEJOR LUGAR.

Todo lo que necesitás para disfrutar tu hogar

## homeBOX

ESPACIO DE DISEÑO



Un recorrido de 360° por más de 20 marcas referentes en diseño, decoración e interiorismo:

BQT

R.CRISTAL

BIRMA

GRILL<sup>ECO</sup>

GIOKO  
DECO



Da

Bröd  
Butik.

CHEKA

casa UP

arredo  
#crearhogar

fácilhome

DOMINA LIGHT



Zinc

MIOH!

NARANJO  
DISEÑO E INTERIORES





PRANA HOME

LAS HUELLAS  
IDEAL CON ENCANTO

Homely

HIPER  
CERAMICO

Vení y disfrutá de una experiencia de compra diferente.

  @homeboxpalmares

Encontranos en

Palmares