

+h

MÁS HISTORIAS

Toque: la app creada por dos hermanos que crece en la región



Juan y Florencia Rodríguez Bensi quisieron traer a Cipolletti un servicio que veían cuando estudiaban en Buenos Aires. Hoy, las mochilas de Toque compiten frente a las multinacionales de delivery.

Viajeros. A paso lento. Van rumbo a Alaska y frenaron a ver a River. **PÁGS. 2-3**



Sabor. La historia de los icónicos sándwiches de miga. **PÁGS. 6-7**



→ **El rincón para jugar.** La contratapa con juegos para compartir. **PÁG. 8**

CLAUDIO ESPINOZA



De Andacollo a Alaska, con una parada en Venezuela para ver a River

UNA PAREJA DE NEUQUINOS, QUE LLEVA AÑOS VIAJANDO POR EL CONTINENTE, MARCÓ LA PRESENCIA LOCAL EN UN PARTIDO DE LA LIBERTADORES. CONOCÉ SU HISTORIA.

Por **Sofía Sandoval**

Mauricio Sepúlveda y Micaela Mazzulla están casados hace 10 años y llevan casi seis viajando por el mundo. Aunque fijaron Alaska como su objetivo, prefieren disfrutar más del camino que de la meta, por lo que convirtieron su viaje en un estilo de vida que les permite disfrutar de nuevas experiencias en distintos países del continente. Una de ellas fue la que vivieron el último martes, cuando gritaron los tres goles de River en un estadio de Venezuela.

Se conocieron en 2007, cuando los dos estudiaban en La Plata. Micaela, que es oriunda de Buenos Aires, estudiaba Licenciatura en Alimentos y compartió algunas materias con Mauricio, que hacía el Profesorado de Química. En 2014 se casaron en Andacollo y desde ese rincón de Neuquén solían armar sus mochilas para escaparse cada fin de semana largo o en las vacaciones.

El amor por los viajes no paró de crecer, pero era Micaela la que

estaba más decidida a iniciar una vida nómada. Se inspiró en libros de otras familias viajeras y comprendió que era posible desandar

las creencias que nos atan a un solo lugar, para convertir el tránsito permanente en una forma de vivir.

En agosto de 2018, y tras vender todas sus pertenencias, acondicionaron su auto, un Megane modelo 1999, y salieron hacia

el sur, con destino Ushuaia. Tras pasar “el fin de año en el fin del mundo”, emprendieron un viaje que los llevaría siempre hacia el norte, con el objetivo puesto en llegar a Alaska, pero sin pisar demasiado el acelerador.

“El 4 de agosto de 2018 a las 12 del mediodía le mandamos mensaje a todos nuestros contactos diciéndoles que íbamos a salir desde la plaza de Andacollo para cumplir nuestro sueño de vivir viajando y fueron algunos familiares y amigos a despedirnos. Ese día empezó nuestra aventura con el tanque de nafta, algunas artesanías y muy poquito dinero, tanto que no llenábamos otro tanque, pero con la idea de ponernos a trabajar en el siguiente pueblo”, relató el neuquino.

“Sí, el sueño es en algún momento llegar a Alaska. Pero vivimos viajando y disfrutando el camino”, explicó Mauricio a LMNeuquén sobre su filosofía de viajes, que está lejos del turismo acelerado que consume paisajes y retrata monumentos para las redes



Aunque llevan años viajando, esta es la primera vez que Mauricio pudo ver un partido de River fuera de su país.

sociales. Por el contrario, prefieren el turismo lento, ese que se centra en conocer a los pueblos olvidados y a sus habitantes.

“Hoy estamos en Pasto, al sur de Colombia. Nuestro sueño comenzó con una idea de Mica que a mí me costó aceptar. Ella quería hacer esta vida y yo tardé dos años en pensarla, hasta que le dije que sí. Ahí le compramos a mi papá el Renault Megane 99 que tenía y

A paso lento. La pareja disfruta del camino sin apurarse por llegar.

lo adaptamos para poder dormir, cocinar y vivir en él. Nuestro objetivo es viajar desde Ushuaia hasta Alaska, y ya llevamos más de cinco años, una pandemia en el medio que atrasó muchísimas cosas, más de 85 mil kilómetros, 10 países de Sudamérica y haciendo todos los esfuerzos para poder mantenernos y afrontar todo lo que se requiere. En este momento, por ejemplo, estamos tratando de reunir el dinero necesario para pasar el auto a Panamá, que es muy costoso”, expresó.

El amor por River en sus viajes

Cuando equiparon la Meganeta, como le llaman al vehículo que es también su casa, tuvieron que decidir cuáles eran los elementos indispensables para llevar en el recorrido. Mauri no se esforzó por negociar, y planteó que debía llevar, sí o sí, una bandera de colores blanco y rojo que reza “Andacollo es de River”. Aunque su esposa es hincha de San Lorenzo, dijo que el Millonario le cae bien y aceptó que ese emblema fuera su amuleto para recorrer los miles de kilómetros que venían por delante.

“Ya visitamos 10 países de América y ahora estamos por segunda vez en Venezuela”, contó Mauricio, que este martes se dio el gusto de ver a River, el club de sus amores, en su debut en la Copa Libertadores. La cita fue en el Polideportivo de Pueblo Nuevo, en la ciudad de San Cristóbal, un estadio que también se conoce como El Templo Sagrado. Y ahí, en medio de ese océano de camisetas negras y amarillas, un puñado de hinchas millonarios gritaron los goles que le darían una victoria por dos a cero en el debut.

“Yo conocí a River escuchando los partidos por la radio, porque no teníamos la posibilidad de ver los partidos por televisión”, contó Mauri a un portal de noticias de River, donde compartió su historia como viajero y como fanático del Millo. “Me acuerdo que solo pasaban el Superclásico y que la primera vez que fui al Monumen-



A través de su canal de YouTube muestran sus vivencias en el camino y ofrecen consejos para otros viajeros que quieren imitar su estilo de vida.

tal fue de grande, cuando tenía 23 años y mi hermano me regaló la entrada porque él estaba en viaje de egresados y no podía ir. Pero la segunda fue especial: fui a la despedida del Burrito Ortega, mi ídolo de la infancia. Me acuerdo que ahorré mucho tiempo para poder ir”, explicó.

Así, los viajes y el fútbol parecen formar de su ADN, ya sea por

Una vida nómada. Venden artesanías y obtienen ganancias de crear contenidos.

una travesía de Andacollo hasta el Monumental, o una bandera roja y blanca que recorrer el mundo. “En el viaje voy con la bandera de River a todos lados, es la que me acompaña y me considero un hincha fanático del club”, contó.

Su ruta hacia Alaska

Después de vivenciar el primer partido, Mauricio y Micaela siguen su viaje lento por el continente, que



Micaela siempre estuvo convencida de elegir este estilo de vida. A Mauricio le costó aceptar la idea, pero hoy no se arrepiente de haberse animado.

sostienen a través de la venta de artesanías y un canal de YouTube en donde publican contenidos que cosechan, en promedio, unas 80 mil visualizaciones. Allí, muestran los paisajes mágicos que se encuentran y hasta los obstáculos que aparecen en su camino. También dan consejos para equipar vehículos y salir a la aventura sin gastar demasiado.

Mauricio señaló que había avanzado con su carrera y tenía un buen pasar en Argentina. Sin embargo, aclaró que su deseo de lanzarse al mundo pudo más, y hoy siguen disfrutando de la vida nómada e incluso consideran que podrían adaptarse a ampliar la familia sobre ruedas, si alguna vez sucede. “El sueño era más grande para nosotros”, declaró.

Ya con 10 países recorridos y casi seis años de viaje, los dos mantienen intacto el sueño de llegar a Alaska, pero no se impacientan. Su ritmo lento es a veces obligado por problemas financieros y otras veces elegido, cuando una comunidad o un paisaje los enamora. Por eso, prefieren pisar el freno y detenerse a disfrutar cada momento, desde unos mates en una ruta desconocida hasta los gritos eufóricos por los goles de Boselli y Fonseca en la Copa Libertadores ●

Encontralos en Instagram como:
@viajando.para.vivir

Los hermanos cipoleños detrás de **Toque**, la app local de delivery que desafiaba a un gigante en el Alto Valle

FLORENCIA Y JUAN RODRÍGUEZ BENSI VIVIERON JUNTOS POR DIEZ AÑOS MIENTRAS ESTUDIABAN EN BUENOS AIRES. DE REGRESO A CIPOLLETTI, LIDERAN UNA EMPRESA CON 100 PERSONAS.

Por **Sofía Sandoval**

Florencia y Juan Rodríguez Bensi son de esos hermanos que están acostumbrados a estar siempre juntos. No sólo por haber convivido durante la infancia en su casa familiar de Cipolletti. También fueron compañeros de departamento mientras estudiaban en Buenos Aires, cofundadores de un emprendimiento y hoy, socios y líderes de una empresa con 100 empleados que desafía a otros gigantes del rubro: el delivery digital.

“Cuando me volví a Cipolletti desde Buenos Aires, en 2016, vi que no había nada de delivery cuando querías pedir algo”, contó a LMNeuquén Florencia, que estudió Administración de Empresas y se especializó en Recursos Humanos. Un año más tarde llegó su hermano, ya graduado de un MBA en Ingeniería Industrial. “Le propuse poner algo que te solucionara ese problema, que te pueda ahorrar tiempo y esfuerzo de salir a buscar comida, y ahí nos pusimos a investigar”, agregó la creadora de Toque.

Amparados por su buena relación y esa costumbre de estar siempre juntos, los dos indagaron sobre la existencia de franquicias de delivery a través de apps en la zona. Como aún ninguna empresa multinacional había llegado a Cipolletti, salieron a preguntarle a los comerciantes si estaban dispuestos a cargar sus productos a un catálogo digital y encontraron buena recepción.

Aunque muchos comercios, como las rotiserías o pizzerías, tenían sus propios repartidores, los comerciantes señalaron que este servicio, más allá de la demanda de los clientes, generaba muchos inconvenientes. “Nos decían que el delivery era un problema porque tenían que gestionar seguros para los repartidores, muchas veces faltaban y no tenían cómo cubrirlos, y por eso nos mostraron que era un servicio

que preferían tercerizar”, relató la empresaria.

Así, contrataron a dos desarrolladores de software locales para crear una app móvil desde cero. Su aplicación era, en realidad, cuatro aplicaciones. “Teníamos que desarrollar la app que ven los clientes que van a pedir, pero también otra para los repartidores que aceptan los pedidos y otra para los comercios, que cargan sus productos”, dijo y agregó que ellos, como responsables de Toque, tienen un sistema conocido como backend, donde pueden ver todo lo que ocurre en el resto de las apps y gestionar la logística.

“Nos dijeron que iban a tardar ocho meses en hacer los desarrollos, y en ese lapso nos pusimos a desarrollar la marca y hasta buscar proveedores para las mochilas que iban a usar los repartidores”, dijo y agregó que cada pedido que hacían a terceros era seguido por ella y su

hermano. Los dos tenían que bajar a tierra cada idea y explicar cómo esos sueños que traían podían vol-

Aunque compiten con grandes marcas, lograron expandirse en la región.

verse una realidad concreta.

Juan, con su experiencia en innovación y finanzas, se complementa-

ba con el perfil más humanista de Florencia. Por sus estudios, los dos conocían el ABC para crear un emprendimiento desde cero y, gracias al apoyo de sus padres y sus ahorros, lograron hacer la primera inversión sin requerir asistencia externa. Así, lanzaron su marca en 2019, justo antes de un suceso que iba a cambiar el mundo.

“En 2019 todavía no estábamos listos, pero lanzamos el primer prototipo para ver los errores y corregir sobre la marcha”, contó la cipoleña, que notó con rapidez la aceptación que tenía la propuesta entre los comerciantes. “Empezamos con cuatro repartidores a mitad de 2019 y a fin de año ya éramos 10, pero todo cambió con la pandemia”, contó.

Un hecho que se tradujo en una parálisis económica fue, a contramano, una oportunidad para los hermanos Rodríguez Bensi. “De tener tres o cuatro consultas de co-



El equipo detrás de Toque realiza hasta 30 cambios cada semana para agilizar procesos o ajustar el sistema.

mercios por mes pasamos a tener treinta por día”, explicó Florencia y agregó que muchas personas que se habían quedado sin trabajo por la situación sanitaria también se comunicaban para convertirse en repartidores y recibir algún nuevo ingreso económico.

“En un mes pasamos de 10 a 90 repartidores, con todo el desafío sanitario que eso implicaba”, afirmó. Los comercios sabían que sólo podían vender a través del delivery, y los responsables de Toque repartían barbijos y guantes o esperaban a los trabajadores en su casa para reponer el alcohol que usaban en sus pulverizadores y desinfectaban todos sus elementos para el trabajo.

“La Municipalidad nos pedía permisos para circular, porque los repartidores eran trabajos esenciales, y teníamos que gestionar uno para cada uno que se sumaba”, contó sobre los desafíos que se apilaban, uno tras otro, durante el aislamiento obligatorio. Aunque la flexibilización de los protocolos implicó una merma en la demanda de delivery, esa explosión de 2020 sirvió para posicionar la marca y generar un piso de actividad del que no bajaron. Por el contrario: se expandieron hacia otras ciudades.

La expansión de Toque por el Alto Valle

“Nuestro primer destino fue General Roca. Pensamos que iba a tener la misma respuesta que Cipolletti por la cercanía y la cantidad de habitantes, pero nos encontramos con otra realidad”, explicó. “Es una cultura

FOTOS ANTONIO SPAGNUOLO



aportar la logística y el punto de conexión entre repartidores y comercios de todos los rubros, que van desde gastronomía hasta farmacias, almacenes o petshops.

El vínculo con el personal

Juan y Florencia pasaron de convivir en un departamento de estudiantes a liderar una firma con 100 personas que dependen del destino de su marca. Sin embargo, ella afirma que la convivencia siempre fue buena gracias a sus personalidades complementarias. “Es la persona con la que más hablo, más que con

dos horas cuando no están cursando, o que sólo trabajan los fines de semana, y otros que lo usan como un ingreso complementario a otro trabajo”, contó Florencia y agregó: “También hay jubilados que hacen repartos en auto y se generan un ingreso adicional”.

A ellos se suman otras personas que toman al delivery como su única actividad. “Tenemos gente de 40 y 50 años que llevan varios trabajando, ellos se dedican full time y trabajan 8 horas, cinco días a la semana. Con ese esquema ganan más que un empleado de comercio”, dijo en relación a los primeros estigmas que surgieron sobre los repartidores, que quedaron superados cuando se volvieron indispensables durante la pandemia.

El apoyo de Endeavor y los nuevos desafíos

Crear desde cero una plataforma local, e incluso enfrentar la competencia de grandes multinacionales que parecen acaparar todo el rubro a nivel global, les enseñó a los emprendedores de Toque la importancia de adaptarse a los nuevos cambios y resistir ante los problemas que surgen incluso cuando nadie se los espera. “Nos toca hacer 30 cambios semanales, que son desde grandes transformaciones hasta ajustes pequeños para mejorar”, detalló la empresaria.

A pocos días de la presentación de Experiencia Endeavor, Florencia detectó los dos ejes que le hubiera gustado saber cuando comenzó a dar los primeros pasos en su proyecto: la adaptabilidad y la resiliencia. Es que, desde sus inicios en 2019 hasta la actualidad, realizaron un gran número de cambios para adaptarse a los mercados, que pueden ser universos diferentes aunque estén a apenas 50 kilómetros de distancia.

Así, Florencia y su hermano deben adaptarse con rapidez a los cambios vertiginosos de una industria como la tecnológica y en un país todavía más desenfrenado, donde las reglas de juego pueden cambiar con extrema velocidad. “En este país siempre hay que encontrarle la vuelta, cambian las reglas todo el tiempo, lo hiciste de una manera y al día siguiente cambió, mucha flexibilidad y adaptación, hacemos 30 cambios semanales de procesos”, detalló.

A su vez, aclaró que buscan dialogar con todos los eslabones de la cadena para crecer sin dejar rezagados. “Nos identifica mucho el escuchar al cliente, al comercio, al repartidor. Nos dicen que tienen clientes que no saben cómo descargarse la app, escuchando para ver qué podemos hacer e ir cambiando”, afirmó.

La experiencia Endeavor, que también tiene su versión en Neuquén, busca generar un espacio de inspiración para otros emprendedores que, como los hermanos Rodríguez Bensi, quieran crear un proyecto potente desde el primer escalón. Así, los relatos de experiencias exitosas y el intercambio entre pares no son sólo fuentes de inspiración sino un método para obtener recursos prácticos y transformar ideas innovadoras en emprendimientos novedosos, primero, y empresas sólidas, después ●

La pandemia significó un boom del rubro que posicionó la marca.

mi pareja”, bromeó.

Y aunque a veces se olvida de que él es su hermano y empiezan a tratarse como socios, aclara que trabajar de manera remota les permite darse el aire necesario para no tener choques. “Eso sí, en los asados de los domingos terminamos hablando de trabajo, es difícil separar las cosas”, aclaró.

Como sus padres también administran juntos su propia empresa, una firma metalúrgica vinculada a la fruticultura, nunca les pareció extraño mezclar vínculos laborales con los sanguíneos. “Ellos están súper orgullosos y nos aportan ideas para crecer, además de aportar el capital inicial para invertir y lanzar la marca”, contó sobre sus papás.

Hoy, los dos están a cargo de unos 25 empleados y un plantel de 90 repartidores que, en algunos casos, ya acumulan cuatro años de experiencia. “Hay muchos estudiantes que aprovechan la flexibilidad del trabajo porque pueden tomar turnos de

más cerrada, con los comercios y los clientes acostumbrados al delivery de la vieja usanza, se van en auto al comercio o piden por teléfono, pero se resisten a bajar una aplicación”, contó sobre las dificultades para modificar los hábitos de otros consumidores.

Hoy, su presencia en esa ciudad rionegrina está en pausa porque desde el Municipio les piden que tenga un local a la calle, algo que no ocurre en el resto de las jurisdicciones. Por eso, planearon expandirse hacia otras zonas y ya dicen presente en Neuquén, Centenario, Plottier, Cinco Saltos, Allen y Fernández Oro. La empresa ya agrupa a un total de 80 repartidores y tiene 25 empleados fijos, entre contadores, abogados y las áreas de sistemas,

negros se abrieron puertas para expandirse hacia localidades más pequeñas en las que nunca habían pensado invertir, como Cinco Saltos o Fernández Oro. Esos vecinos aprovecharon a contar con una herramienta inexistente cerca de sus domicilios, ya que las apps de delivery responden a grandes multinacionales que sólo se instalan en zonas metropolitanas.

La ciudad que más desafíos generó fue Neuquén, donde ya existía la aplicación Pedidos Ya, que responde a una empresa multinacional y tie-

ne “otra espalda” para sostener su actividad. Para los referentes de Toque también hubo que adaptarse a un territorio más grande, lo que los obligó a cambiar la logística y hasta dividir la ciudad en zonas. “En unos meses sumamos más de 100 comercios, pero nos llevó un año adaptarnos a esta nueva lógica”, explicó.

La buena recepción en ciudades más chicas los hizo enfocarse en otros proyectos, y ya ultiman detalles para la apertura de dos nuevos destinos bonaerenses: Tres Arroyos y Coronel Suárez. Allí, Toque busca



Ya hay cerca de 90 repartidores en distintas ciudades del Alto Valle; algunos trabajan full time y otros, unas horas.

Juan y Florencia tienen un vínculo que fluye de lo fraternal a los negocios.

marketing o recursos humanos.

Tras haber recibido el premio de Emprendedores Digitales Rio-

SEBASTIAN FARIÑA PETERSEN

Miguitas de pan, una marca registrada, donde la docena trae 16



SON LOS SÁNGUCHES DE MIGA MÁS PEDIDOS EN NEUQUÉN Y SU DUEÑO, GUSTAVO CUENCA, CONTÓ CÓMO LOGRÓ IDEAR Y LUEGO INSTALAR SU COMERCIO CUANDO SE DESEMPEÑABA COMO OFICINISTA.

Por **Georgina Gonzáles**

Los sánguches de miga son un placer para la mayoría de los paladares y qué mejor si en el negocio donde los comprás ¡La docena trae 16! Eso es lo que pasa en “Miguitas de pan”, la sanguchería que hace 13 años conquistando el paladar de cientos de neuquinos. Detrás del mostrador de Perito Moreno 270 está Gustavo Cuenca, el creador de esta propuesta exquisita que además te convence por el extra de sánguchitos que te llevás a casa. En esta conocida sanguchería los sabores más vendidos dentro de los clásicos son jamón y queso, primavera, queso y huevo y salame y queso. Y además hay un montón de sabores especiales como jamón y ananá, huevo y aceitunas, jamón crudo y queso, y muchos más.

“Miguitas de pan” nació en agosto de 2009, su primera ubicación

fue en la calle Río Negro, donde empezó todo. Allí Cuenca hizo sus primeros pasos en este rubro hasta lograr tener el comercio más buscado para comprar sánguches de

miga. De esa locación que acompañó su despegue tuvo que mudarse en la pandemia. El primer local estaba a la venta y tuvo que salir a buscar a dónde mudarse. Y por

suerte encontró un excelente lugar y muy cerca del primero donde en muy poco tiempo lo volvieron a encontrar sus clientes.

La historia

Como la mayoría de los negocios no fue fácil hacerlo andar. Para Gustavo Cuenca no era un buen tiempo. La crisis del 2001 le había pegado fuerte y estuvo varios meses desempleado. De la mano de un amigo, que le dio una oportunidad, ingresó a trabajar a una oficina. Y

en esos pasillos nació en él la idea de poner un negocio de comidas. Así que los dos años y medio que trabajó en esa oficina fueron para ahorrar y delinear cada detalle de lo que sería su propuesta. “Después de unos años sin trabajo entré a trabajar en unas oficinas y ahí salió la idea de poner un negocio de comidas. Y ese trabajo me sirvió para poder elaborar mi proyecto y poner mi primer negocio”, contó a LMNeuquén, el comerciante neuquino.

Cuenca destacó que logró alquilar el primer salón y comenzar a trabajar sin sacar un crédito. “Lo hice yo solito, sin crédito, apostando el día a día, cada peso que entraba al negocio lo volvía a poner en él. Fue difícil, pero nunca dejé de invertir”, contó con orgullo.

Fueron, y aun lo son, años de mucho trabajo. De pensar en cómo mejorar cada gusto de sánguche de miga, de dar lo mejor para que crezca el comercio. “Estaba abierto siempre, a veces los domingos me pasaba horas ahí, aunque estuviéramos cerrados, me queda proyectando”, recordó.

“La respuesta de la gente siempre fue y es muy positiva, y a aunque a veces hay críticas, nunca bajé los brazos”, destacó.

Detrás de un mostrador desde niño

Pero el mostrador de “Miguitas del pan” no fue el primero en el que Cuenca estuvo. Su papá, tuvo un local de fotografía por más de

Horario

El horario de atención al público desde marzo a diciembre es de 10.30 a 22, de corrido.



Gustavo Cuenca, dueño de “Miguitas de pan”, comercio que nació en agosto de 2009.

SEBASTIAN FARIÑA PETERSEN

8.500

Son los pesos que sale la docena de 16 sánguches de miga tradicional. Los especiales, de diferentes sabores salen \$12 mil.

dos décadas en Neuquén y él se crió ahí. “Yo nací en el comercio, desde muy chico, mi viejo tenía un negocio de un rubro que ya está extinguido, la fotografía, y yo mamé el comercio desde chico, siempre estuve con mi viejo”, recordó.

Aquella casa de fotografía estaba ubicada en El Bajo, en la esquina de Perito Moreno y Bahía Blanca. Y allí estuvo como 25 años. Y esos fueron los inicios como comerciante del que hoy es el impulsor de los sanguchitos de miga más buscados en Neuquén. “Ya en aquella época descubrí lo exigente que es el público en Neuquén pero también tuve las herramientas para complacer esas exigencias”, aseguró.

Una marca registrada

La sanguchería donde la docena trae 16 se convirtió en una marca registrada, y no solo es una manera de decir. Sino que su dueño logró registrar su nombre para evitar que otros también se quieran llevar su novedosa idea. “Yo le había comentado la idea a mi hermano, después de investigar la gastronomía local vi que no había nada parecido y creamos la docena de 16 sánguches de miga. El slogan fue bueno y pegó. Primero me acuerdo que lo había grabado yo mismo para las publicidades, y después lo hizo una locutora y ahí sí que quedó bárbaro”, recordó de los inicios de su propuesta. Y para este comerciante resultó una “sorpresa” lo bien posicionada que está la marca en Neuquén. “Todos los clientes, por más que a veces me engañan y se van a probar otros,



SEBASTIAN FARIÑA PETERSEN

“Le había comentado la idea a mi hermano. Después de investigar la gastronomía local vi que no había nada parecido y creamos la docena de 16 sánguches de miga. El slogan fue bueno y pegó”.

siempre vuelven”, contó entre risas.

Para llevarse la docena de 16 sánguches de miga llegan clientes de Bariloche, San Martín de los Andes, Rincón de los Sauces, Zapala, Cutral Co, entre otras ciudades. Quizás los probaron una vez y cuando están en la capital quieren volver a saborearlos, o alguien les contó de la promo y se acercan.

Trabajo diario

Con los años el dueño de “Miguitas de pan” dejó de estar en la fabricación de los sánguches, y hoy tiene varias empleadas en esa parte del trabajo. Para él quedó toda la

logística de todos los días. Arrancar muy temprano en el Mercado Concentrador para comprar la lechuga y el tomate, recorrer los demás mayoristas y frigoríficos para los demás productos que utiliza en la elaboración. También está frente al mostrador para atender a sus clientes, tarea que hace unos años se sumó su esposa, Paola Colipan. “Si bien arranqué solo con el negocio, hace varios años que lo llevo adelante codo a codo con mi esposa, quien se subió al proyecto de la mejor manera”, reconoció el comerciante.

Gustavo y Paola tuvieron dos niños, Valentín, de 8 años, y la pe-

queña Zoe de 5 meses, quienes le llevaron a su vida, y a su trabajo, mucho amor. “A la mitad de estos 13 años del negocio entró ella a mi vida y desde ahí la remamos juntos”, destacó.

En este local la docena de 16 sánguches de miga tradicionales sale 8500 pesos y los de sabores especiales como vegetarianos, jamón y morrones, jamón y roquefort, aceitunas y huevo salen 12 mil. Los valores están por debajo de los que tienen en otras panaderías, por lo que su cualidad de económicos también es otro de sus fuertes. Además, en la elaboración de estos sánguches de miga este comerciante encontró una táctica para poder realizar de a 12 docenas (de 16) a la vez y poder así agilizar los tiempos y optimizarlos.

El horario de atención de marzo a diciembre es de 10.30 a 22, de corrido. De lunes a sábado. Hay algunos feriados que sí abren, y otros que no, según el calendario. “Si cae a principio de mes seguro abrimos”, puntualizó.

“Los clientes dicen que nuestros sánguches tienen con sabor único, que son ricos y frescos. Es que los vamos haciendo a medida que van pidiendo, es como si fuera una casa de comidas rápidas donde el cliente no espera mucho, se los hacemos en el momento y salen muy rápidos”, aseguró.

Para este comerciante estar donde está hoy es un sueño cumplido. “Miguitas de pan” nació de mi trabajo, me puse un sueño, una meta y lo pude realizar y ya pasaron muchos años desde agosto del 2009”, afirmó. “Los precios son bajos, los compromisos son grandes. Creo que podemos mantener esos precios porque le dedico mucho tiempo a la logística de la compra de los productos, no espero en el local sino que estoy en movimiento permanentemente y puedo conseguir mejores precios”, destacó ●

“Lo hice yo solito, sin crédito, apostando al día a día, cada peso que entraba al negocio lo volvía a poner en él. Fue difícil, pero nunca dejé de invertir. Los domingos me pasaba horas, aunque estuviéramos cerrados me quedaba proyectando”.



SEBASTIAN FARIÑA PETERSEN

“Los clientes dicen que nuestros sánguches tienen con sabor único”, aseguró Cuenca.

¡A QUE NO SABÍAS!

UN POCO DE INFORMACIÓN QUE SEGURO TE VA A SORPRENDER...



¿Vida en otros planetas?

En 2015 un equipo de astrónomos descubrió siete planetas de tamaño similar a la Tierra que giran en torno a una estrella enana llamada Trappist-1, apenas del tamaño de Júpiter. Tres de los planetas están en la llamada zona habitable, donde podría haber agua y tal vez vida.



Mega Escena

¡HORA DE BUSCAR!

Burbujas

Encontrá en qué parte del mural aparecen los dibujos de las burbujas:

¡Diviértete encontrando todos los elementos!

1. Un libro - 2. Un ovni - 3. Una llave - 4. Cráneo humano - 5. Una mariposa - 6. Una botella
7. Personaje de dos cabezas - 8. Tres pirámides de cristal - 9. Un cohete - 10. Una calabaza
11. Un pájaro pez - 12. Una nube con forma de animal - 13. Una libélula - 14. Un pergamino
15. Una cabeza de hongo - 16. Un bumerán - 17. Una estrella animada - 18. Un caracol
19. Un ratón - 20. Una pipa - 21. Dos piedras preciosas - 22. Una maceta con flores
23. Un skate volador - 24. Unas monedas - 25. Un pez volador

Solución

