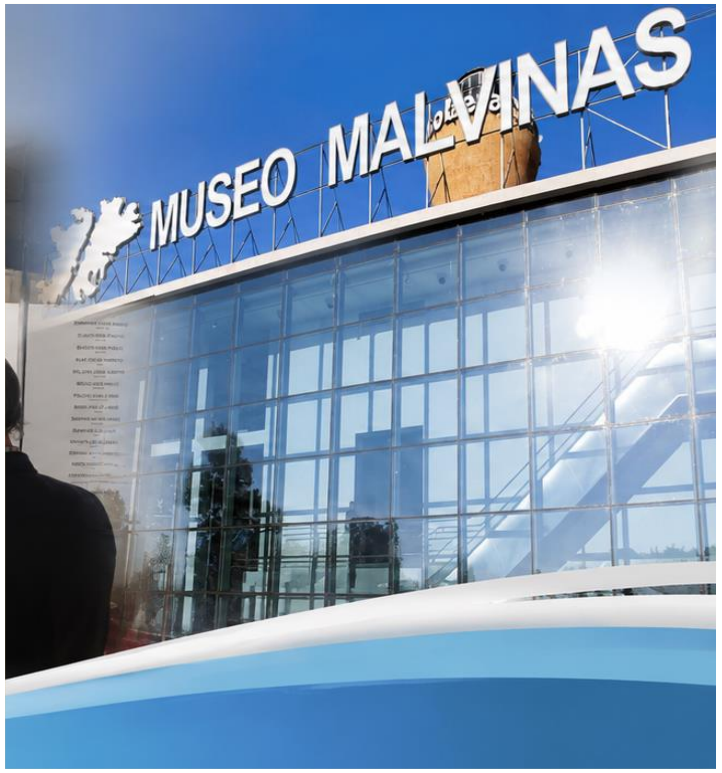




DOCUMENTO ANEXO de la Campaña:

Sala de Héroes Museo Malvinas:
"Muchos de poquito."

Categoría: 02.05 – Sustentabilidad Cultural.
Programas que acerquen la cultura en sus diversos aspectos a la comunidad.

Capítulo: Pyme

Nombre de la compañía: Bizers SRL by Claudio Destéfano.

Departamento que desarrolló el Plan:
DESTÉFANO / Comunidad Ristretto

Personas responsables de la presentación del caso:
Claudio Destéfano, Mariano Fernández Madero, Mariana Aznar, Adriana Oyarzabal

INTRODUCCIÓN

- Claudio Destéfano -networker, experto en innovación y rediseño en la comunicación y conversación con propósito- es el creador de una comunidad de networking llamada Ristretto, que tiene un Ecosistema de más de 85 grupos de WhatsApp. Su objetivo principal es el generar valor y vínculos entre el mundo empresario y sobre todo con el concepto del networking con propósito, que es dejar el mundo mejor de lo que lo encontramos. El Ecosistema Ristretto está basado en confianza, networking, red y solidaridad.
- Desde hace más de cuatro décadas, la causa Malvinas representa uno de los pocos consensos profundos de la sociedad argentina. Sin embargo, ese consenso emocional no siempre se traduce en acciones concretas de memoria activa.
- El Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur, la Sala de Caídos en Guerra -uno de los espacios más simbólicos- presentaba una desconexión entre su valor histórico y la experiencia emocional del visitante. claro: resignificar ese espacio para transformar la memoria en una experiencia emocional, viva y colectiva.



ASÍ NACIÓ ESTA CAMPAÑA.
UN HECHO DETONANTE MARCÓ EL PUNTO DE PARTIDA

- **Faltaba una semana para el 2 de abril número 43.**

Recorriendo el Museo Malvinas con su director, Esteban Vilgré La Madrid, llegamos a un lugar al que se notó que le costaba entrar. -"Esta es la Sala de Caídos, el lugar más solemne", nos dijo a quienes lo acompañábamos.

De pronto, sus ojos celestes bandera empezaron a brillar un poco más. Distintos. "Recuerdo que cuando recorrí esta sala con Beba Azcárate la madre de uno de los ocho soldados caídos de mi regimiento, le mostré el sinfín de fotos de los 649 que murieron por la Patria y le dije que ahí estaba su hijo"… "Acá no está mi hijo. En este lugar, no…" fue su respuesta.

Quienes presenciamos ese momento pensamos lo mismo y dijimos al unísono "¿Qué hay que hacer?" y pusimos Manos a la Obra, como llamamos a la campaña que iniciamos en la silenciosa comunidad que se acobija bajo el paraguas de un nombre, Ristretto, para poner en valor esa lúgubre sala, a la que rebautizaremos Sala de Héroes. Caídos refleja dolor. Héroes refleja orgullo. Más justo.

- **La memoria estaba presente, pero no suficientemente resignificada. Teníamos mucho por hacer.**



Esteban Vilgré La Madrid

Director del Museo Malvinas

DESCRIPCIÓN DEL CASO

- Cada 2 de abril sentimos que somos más argentinos. Malvinas es, tal vez, el único punto que nos une. No hay grieta ni discusión.
- En la Comunidad Ristretter asumimos el desafío de poner en valor la Sala Caídos en guerra del Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur para rebautizarla como se merece: SALA DE HEROES.
- Una sala sobria, solemne y que refleje lo que dicen quienes estuvieron en el Cementerio de Darwin: luz, viento y turba en el piso.



ESTRATEGIA

NOS PROPUSIMOS:

- Transformar el **espacio**
- Lograr una **experiencia viva, emocional y participativa**.
- Capaz de **reconectar** a la sociedad con los **649 héroes**.

Y EL OBJETIVO FUE DOBLE:

- Poner en valor la sala y rebautizarla como **Sala de Héroes**.
- Financiar la obra mediante un modelo innovador de **fundraising**.

LA ESTRATEGIA SE BASÓ EN UNA IDEA DISRUPTIVA

- **649 padrinos** para **649** héroes.
- Cada persona aportaría **$64.900** para apadrinar a un héroe, o formar parte del grupo fundador mediante un "**Préstamo de Honor**".

CADA APORTE TRANSFORMA MEMORIA EN ACCIÓN

El diferencial no fue económico, sino simbólico: cada padrino incorporaba a un héroe a su propia historia.

EL CAMINO DE LA EMOCIÓN





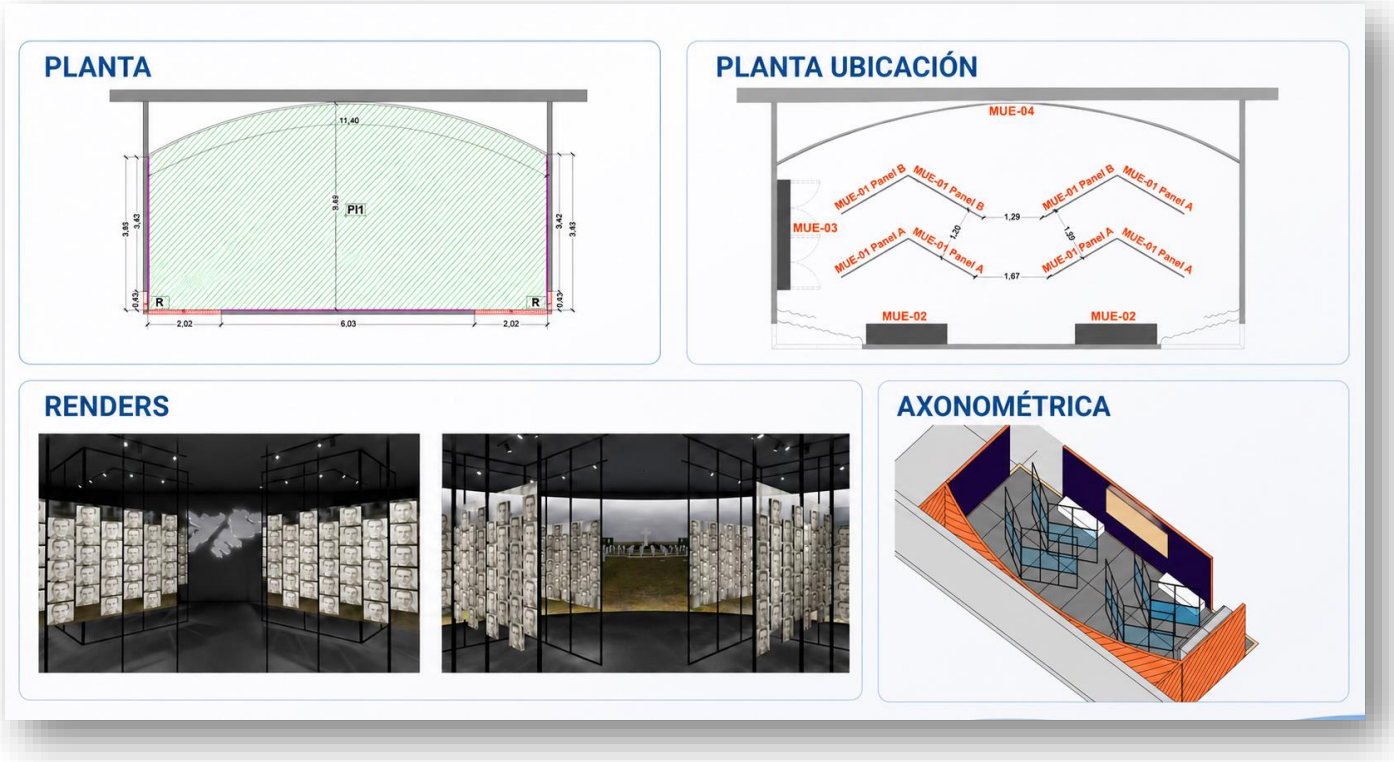
ORGULLO DE SER PARTE

- Malvinas no es la guerra. Malvinas es el valor profundamente humano de 649 valientes que creyeron que valía la pena luchar y morir por esta tierra.
- La Comunidad de Ristretters demostró que se puede tener a flor de piel el amor a sus héroes cuando una persona asume el liderazgo y promueve acciones.
- El objetivo es que cada argentino que visite el Museo, salga lleno de orgullo de ser hijo de esta tierra y, sin dudas, esta acción de crear la "**Sala de los Héroes**" a partir de la "**Sala de los Caídos**" va en ese camino gracias a cada uno de los participantes.
- **Sala de los Caídos evoca dolor. Sala de los Héroes evoca gloria y compromiso desde el lugar que nos toque.**

COMENZAMOS A RODAR

Un equipo de profesionales (todos Ristretters) compuesto por arquitectos, diseñadores, expertos en gráfica y audio, expertos en sostenibilidad empresarial y aportantes individuales en tiempo récord preparamos la idea base.

Esa idea base se bajó a tres puntillosos con los cálculos del proyecto por parte de LINZ, los planos desarrollados por Rubinat Arquitectura, la gráfica de Prisma, los ventiladores para reflejar el viento que aportaría Alejandro Galeano, los pisos que semejarán la turba aportados por Esteban Rappazzo, la pintura de Sinteplast que consiguió el malvinero Daniel Vicente y la medición de la huella de carbono del Museo que harán Fabián Garófalo y Leandro Balaguer de EcoEtika.



UNA DEMOSTRACIÓN MÁS DE QUE LOS RISTRETTERS, JUGAMOS DISTINTO.

COLABORADORES DE LA CAMPAÑA:

Alejandro Kelman, el Ristretto que generó el contacto inicial.

Esteban Vilgré Lamadrid, Luisa Di Tomaso, Jimena Ferreira, Ana Evangelista y Carlos Boracchia, del Museo Malvinas, que hicieron todo muy fácil.

Javier Sánchez de la Puente y **Aldo Franco**, los primeros en empujar la campaña, los "siempre listos" en toda acción vinculadas con Malvinas.

Julito Uriburu, quien propuso la idea de los **649 padrinos**.

Mitch Thibaud, con el enroque de padrinos.

El equipo del **Ristretto**, siempre dispuesto a hacerlo todo simple.

Alfredo Girelli, baqueano del **Cementerio de Darwin**, por aportar la idea de lo que no debía faltar en la Sala de Héroes: **luz, turba y viento…**

Esteban Rappazzo, por conseguir el piso de tartán, que replica la turba.

Alejandro Galeano, por aportar los ventiladores que simulan el viento.

El veterano **Daniel Vicente** y **Sinteplast**, por darle luz con la pintura.

Felipe Pérez Puletti, por la música ambiente de la sala, gaviotas included.

Martin Wullich por ofrecer la voz del **Teatro Colón**, la más reconocida del país para homenajear a nuestros héroes que se escucha en la **Sala de Héroes.**

Nina Lamaison, por dotar a la Sala del aroma *"Malvinas. El Pozo"*.

Nico Morelli, de **Pagos Digitales**, por la "comisión cero" en transferencias.

Maximiliano Alonso, por aportar alfajores para seguir con el fundraising.

Lucas Cuasnicú y **Patricio Alcalde** por aportar "la última milla".

Kevin Pedreira, **Ezequiel Gómez** y **Andrés Marenco** por el agua **Sparkling** para mate cocido.

Carlos Bender de **Lumilagro** por los termos.

José María Sánchez de Medialunas del Abuelo por el pan de campaña.

Daniel Schteinschraber, de **Prisma**, por aportar toda la gráfica.

El equipo de **Rubinat Arquitectura**, liderado por **Ani**, **Pablo Casetta** y **Joaquín Barrié**, por cumplir con responsabilidad los tiempos de obra.

EcoEtika, una compañía de Leo Balaguer y Fabián Garófalo, consiguió la medición de huella de carbono. Y de este modo, el Museo Malvinas Argentinas se convierte en el segundo museo en el país que tendrá su huella digital.

DESTÉFANO

CONMOVEDORA PREINAUGURACIÓN DE LA SALA DE HÉROES 16-12-2025

Con más de 100 asistentes, se realizó un encuentro de respeto, unión y reconocimiento, donde cada presencia suma a mantener viva la memoria.

Austero, como corresponde, pero muy emocionante. Con pan y mate cocido, como hicieron los Héroes en el campo de batalla.

Se hizo el corte de cintas con los granaderos de custodia.
Se presentó Malvinas el pozo: la fragancia conceptual creada por la perfumista argentina Nina Lamaison, que rinde homenaje a las Islas y a los excombatientes, buscando evocar la historia y la memoria colectiva a través de aromas a tierra mojada, cuero, tabaco, moho y combustible, como un tributo a la valentía y las vivencias de los soldados argentinos de 1982.



CONMOVEDORA PREINAUGURACIÓN DE LA SALA DE HÉROES
16-12-2025

Testimonio Malvinero: se pusieron a la venta los Alfajores Héroes de la Patria. Como en las competencias en posta de los Juegos Olímpicos, el alfajor solidario Héroes de la Patria se convierte en el "testimonio" que podemos ir pasando para que otros "malvineros" se enteren de la puesta en valor de la Sala de Héroes del Museo Malvinas y se sume a la causa

Cada caja con el sticker diseñado por Daniel Schteinschraber, de Prisma Gráfica Digital, con el nombre de cada uno de los 649 héroes para elegir cuál comprar.

Anunciamos en tierra malvinense: a) el estado de la inversión para poner en valor la **Sala de Héroes de la Patria**, b) la creación de la **Asociación Amigos del Museo Malvinas**, cuyo directorio está compuesto en un 80% por miembros del Ecosistema Ristretter, y c) **inauguración oficial de la sala en abril**, el orgulloso mes malvinero.



HITO: somos parte de la historia de **Nuestras Malvinas**



Hermana de un ex combatiente señalando a su héroe frente al Director del Museo, Esteban Vilgré La Madrid.

La foto más emocionante de la preinauguración de la Sala Héroes de la Patria.





CALCOMANÍA VETERANO DE MALVINAS

EL HOMENAJE ESPONTÁNEO PARA LOS EX COMBATIENTES





Una campaña nacional para visibilizar y reconocer a los veteranos del conflicto de 1982 con un gesto cotidiano y entrañable. Javier Sánchez De la Puente, su impulsor, destaca la importancia de que los héroes sean identificados en la vía pública y reciban muestras de gratitud ciudadana.

En las rutas y avenidas argentinas, un nuevo código de reconocimiento recorre el país:

- una **calcomanía**,
- tres bocinazos y
- un pulgar levantado

bastan para que desconocidos se unan en un mismo gesto de gratitud.

Detrás de cada volante con la leyenda **"Veterano de Malvinas"** viaja una historia que busca ser vista y celebrada.

La calcomanía se entrega **contra documento que diga Veterano de guerra** en el **Museo Malvinas** y **Radio Rivadavia** en la **Ciudad de Buenos Aires.** Y en diferentes puntos también en el interior del país.

DESTÉFANO

ACÁ – LA CARTA ARGENTINA

Una feria de productores argentinos para armar la mesa de Navidad.

20 y 21 de diciembre 2025. En el Hipódromo, de Palermo, vendiendo los alfajores. Con la actriz Mica Riera como embajadora.

Un stand con propósito, atendido por ristretters ofreciendo cajas de Héroes de la Patria.

Todo comprador se llevó de souvenir la Fragancia Malvinas, el Pozo de la artista Nina Lamaison.

El 5 de mayo 2026 se realizó un nuevo evento esta vez en Moby Dick donde se vendieron quesos y mieles para la acción.



ASOCIACIÓN DE APOYO DEL MUSEO MALVINAS

Creamos la Asociación de Apoyo al Museo Malvinas, para activar acciones y desarrollar ideas de fundraising. Como la de encarar próximamente, la Sala de la Guerra, para honrar el valor y coraje de nuestros soldados.

La **Asociación de Apoyo al Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur** es una iniciativa para fortalecer, mantener viva la memoria y honrar a los héroes de Malvinas. Esta organización busca sumar apoyos para la preservación de la historia y el legado de la causa Malvinas, integrando a la comunidad y empresas para colaborar en su misión.

Aspectos Clave de la Asociación:

- **Objetivo:** Construir memoria, generar acciones y apoyar al museo en su labor de transmitir el legado de Malvinas a nuevas generaciones.
- **Acciones:** La asociación promueve la participación comunitaria, incluyendo la colaboración a través de iniciativas empresariales.
- **Relevancia:** Busca mantener presente la soberanía argentina y el homenaje a los veteranos.

Para garantizar confianza y transparencia, está conformada por miembros del Ristretto: Alfredo Girelli, Claudio Destéfano, Marcelo Canda, Alejandro Kelman, Daniel Silveyra. **Garantía de que TODO PASE...**

ALIADOS DEL MUSEO MALVINAS

ALIADOS integra a quienes están interesados en formar parte de la Asociación de Apoyo al Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur.

Los sponsors que se sumaron pasaron a ser ALIADOS del Museo. Y usan en sus acciones el logo de Aliados que hemos diseñado como garantía de participación.

Hay muchas formas de hacer historia. Algunas se escriben, Otras, se sostienen. Estas son algunas de las empresas que eligen comprometerse desde su lugar. nuestras empresas aliadas. Entienden que la memoria no es solo pasado, sino también presente y futuro, Que acompañan, que aportan y que ayuda a que el legado de Malvinas siga vivo.

ALIADOS DEL MUSEO MALVINAS

ENTRE LOS PRIMEROS

Sparkling
Malvinas nos une
Sparkling Premium Water acompaña esta causa junto a quienes trabajan para mantener viva la historia. Un gesto con sentido: con la compra de un botellón edición especial y limitada, se colabora con el Museo Malvinas

Atlas, venta camisetas de fútbol - edición limitada.
Atlas es el primer club del país que usará el logo de ALIADOS DEL MUSEO MALVINAS, ícono que podrán lucir empresas e instituciones que acompañe la flamante Asociación de apoyo al Museo Malvinas e Islas de Atlántico Sur que echa raíces en el barrio de Nuñez.

Además, Atlas se comprometió a ayudar con lo más preciado que tiene: su camiseta. De esta manera se une el fútbol al orgullo que siente nuestra nación por quienes defendieron a nuestra bandera. Todo el país representado en el campo de batalla, y también en el campo de juego.





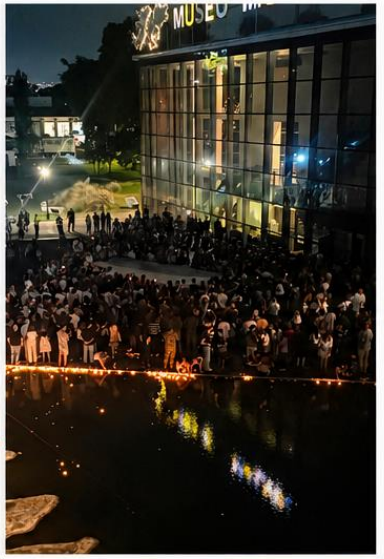


1° DE ABRIL 2026
20.00 / 00.00 - LA VIGILIA

En la víspera del Día del Veterano y de los Caídos en Malvinas, nos reunimos en primer lugar para compartir un emotivo momento, la pasión por un proyecto que nos une a las 13 hs en el TOP – Museo de Marketing Deportivo de Claudio Destéfano.

Y llegó la vigilia en el Museo Malvinas Argentinas, que representó mucho más que un encuentro: fue un momento para honrar a nuestros héroes, reconocer su entrega y reafirmar el compromiso de mantener viva la memoria colectiva.













2 DE ABRIL – LA GRAN INAUGURACIÓN DE LA SALA DE HÉROES

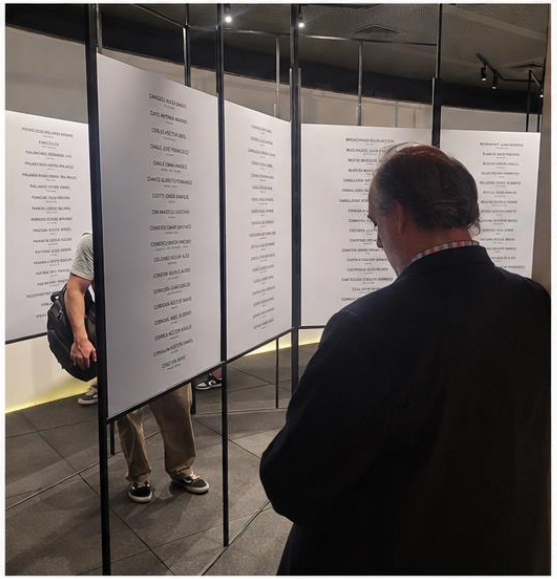
En un acto al que concurrieron 600 personas. También fue sobria, como la ocasión lo amerita, y muy emocionante.

10.00 – Acto oficial. Izamiento de la bandera + Aurora, Himno Nacional Argentino + Minuto de Silencio
10.20 – Palabras de bienvenida del Director del Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur, Sr. Esteban Vilgré La Madrid.
11,50 – Palabras de la Subsecretaria de Patrimonio Cultural, Sra Liliana Barela
12,00 – Reparto de mate cocido malvinero con panes.
18,00 – Cierre del Museo

Compartimos los avances de la Sala de Héroes, escuchamos la voz de Martin Wullich nombrando a los 649 y disfrutamos la placa de los héroes y padrinos de los compatriotas que dieron la vida por la Patria y que se convirtió en la herramienta de crowdfunding soñada, por lo emocionante, para lograr el objetivo de poner en valor la Sala de Héroes del Museo Malvinas.



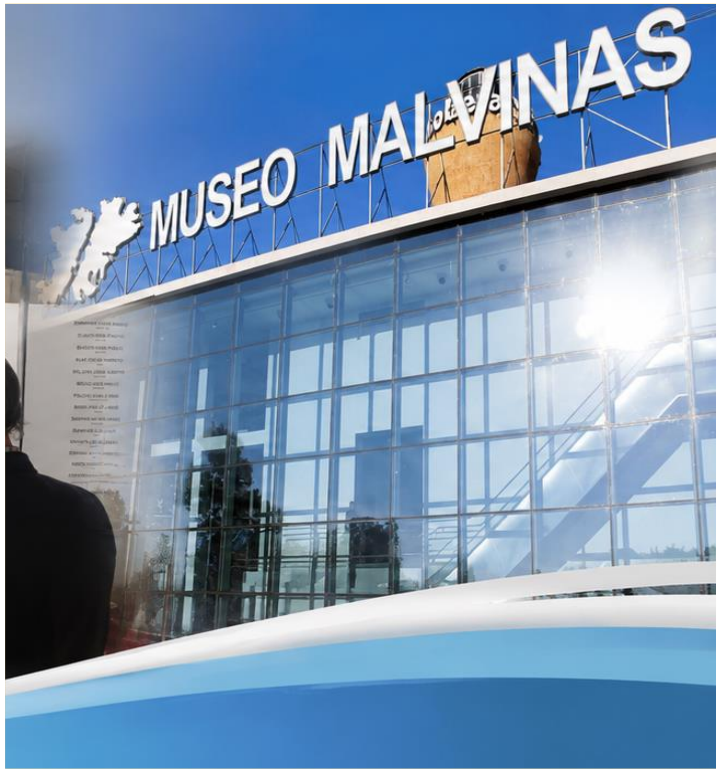









MUSEO
MALVINAS
HONRAR • RECORDAR • CONSTRUIR
MUSEO
MALVINAS
SALA DE HÉROES
DE LA PATRIA


MUSEO MALVINAS

¡GRACIAS!