

# CAS & FASA

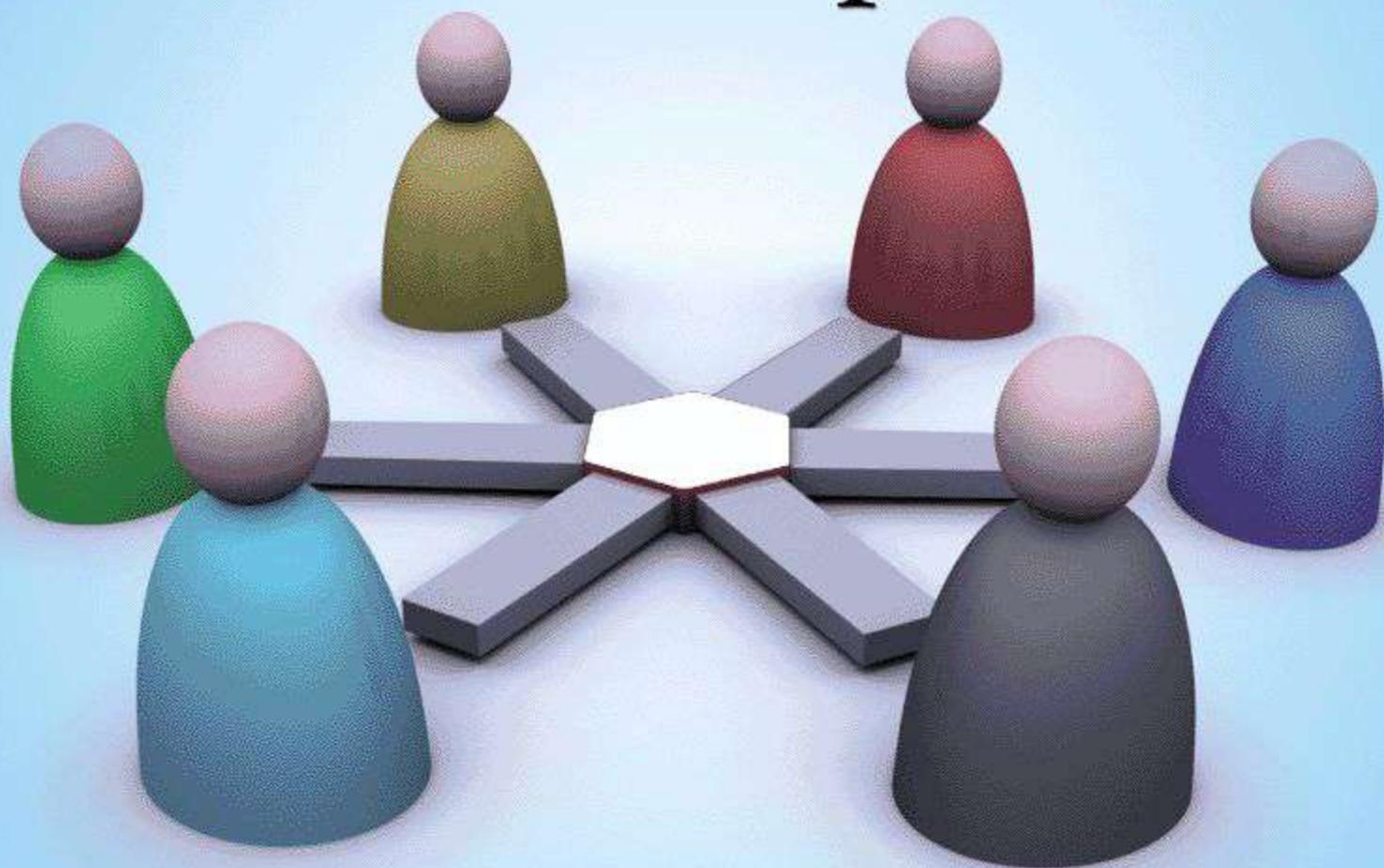
LA REVISTA DEL SUPERMERCADISMO ARGENTINO

AÑO 14 - N° 148 - 2010

Ricardo Cáceres  
fue reelegido  
como presidente  
de CAS



## Grupos de compras



# Juntos es mejor

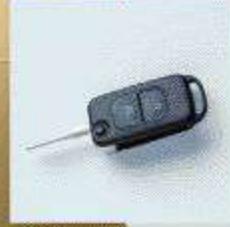
Más tranquilidad  
para tu negocio.  
Más Sprinter para vos.

© DaimlerChrysler



## Sprinter.

Equipada de serie con Airbag, ABS y Cierre Centralizado.



Mercedes-Benz

# La necesaria continuidad



**Ricardo Cáceres**  
Presidente de CAS



**Alberto Beltrán**  
Presidente de FASA

**H**aber sido ratificados como presidente y secretario de CAS por nuestros colegas para un nuevo período, junto a otros directivos con los que venimos trabajando desde hace tiempo, es algo que nos enorgullece y nos impulsa a seguir con mayor empeño.

El respaldo con el que nos han honrado los socios de la Cámara es también un signo de que el camino que venimos transitando es el que los supermercadistas argentinos quieren recorrer.

Un camino que busca que nuestros socios se sientan eficientemente representados, tanto en la legítima defensa de sus derechos, como cuando se trata de llevar adelante acciones para concretar proyectos de cualquier tipo.

En lo que hace a la relación con nuestros colegas empresarios, hemos dado pasos importantes para ampliar el campo de acción de CAS y FASA, hoy impulsamos y participamos en diversas acciones en las que el supermercadismo argentino debe estar presente, como es, por ejemplo, la Comisión Nacional Intercámaras, que promueve la Ley Nacional de Grandes Superficies Comerciales.

Además seguimos proponiendo el trabajo mancomunado para unir fuerzas y potenciamos entre todos, a través de grupos de compras que nos permitan negociar con nuestros proveedores en una posición de mayor fortaleza.

## La cámara y el país

Por nuestra actividad como dirigentes empresarios somos conscientes de lo difícil que es consensuar opiniones disímiles y conseguir una verdadera comunión de objetivos. Por eso, pensar en lograrlo en todo un país, a veces, parece una misión imposible.

Sobre esto queremos reflexionar en momentos en que estamos ingresando en un período que desembocará en las elecciones generales de octubre.

Al respecto, nos parece fundamental apuntar hacia la continuidad de los grandes objetivos nacionales, aquellos que son indiscutibles, independientemente de las personas y de los partidos políticos a cargo.

Los objetivos básicos se deben mantener inalterados, en las sucesivas administraciones, sólo así se podrán alcanzar logros significativos para la Nación.

Es de destacar que en varios países vecinos se está logrando esa continuidad, algo que otorga el grado de previsibilidad en los actos de gobierno que es imprescindible para una gestión exitosa y para promover inversiones.

Entre los argentinos no existen diferencias tan profundas o irreconciliables como para que debamos renunciar a lograrlo. Este puede ser el comienzo de una etapa muy positiva, vemos que otros países con historias muy similares a la nuestra lo están logrando, ojalá esté llegando nuestro turno.

# CAS & FASA

LA REVISTA DEL SUPERMERCADISMO ARGENTINO

UNA PUBLICACION DE LA CAMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y DE LA FEDERACION ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS  
VIA MONTTE 340/42 - 2º y 3º (CI09/SABER) CABA - TEL: 4510-1799

Director: Ovidio Bolo

Año 14 - Edición N° 148

## CAMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS

Comisión Directiva 2010-2012

Presidente: Ricardo Cáceres

Vicepresidente: Ricardo Zorzón

Secretario: Alberto Beltrán

Prosecretario: Alberto Escribano

Tesorero: José Bianchi

Protectoro: Jorge Hugo López

Vocales titulares:

Roberto Gillo, Abilio Javier Acuña,  
Fernando Aiello, Alejandro Omar Emir,  
Omar Fanaro

Vocales suplentes:

Juan C. Deambrosi, Mariano López, Jorge N. Arena,  
Jorge Testa, Nélica Segura López

Revisores de cuentas titulares:

Roberto Lugo, Luis Alberto Bustos,  
Marcelo Armini, José Schena

Revisores de cuentas suplentes:

Ezequiel Porcara, Esteban Benítez

Presidente honorario: Ovidio Bolo

Administrador general: Pedro Antonio Oroz

www.cas.com.ar • socios@cas.com.ar

## FEDERACION ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS

Comisión Directiva 2009-2011

Presidente: Alberto Beltrán, Santa Fe

Vicepresidente: Ricardo Zorzón, Chaco

Secretario: Emir Omar, Santa Fe

Prosecretario: Roberto Gillo, B. Negro y Neuquén

Tesorero: Néstor Martín, Buenos Aires

Protectoro: Ricardo Cáceres, Formosa

Vocales titulares:

Abilio Javier Acuña, Misiones  
Jorge Testa, La Pampa  
René Bogetti, Neuquén  
Néstor Mastroraro, Buenos Aires  
Jorge Hugo López, Corrientes

Vocales suplentes:

Rodolfo Saccomani, Tucumán  
Luis A. Bustos, Buenos Aires  
Marcelo Armini, Chacab. Aut. de Buenos Aires  
Omar Fanaro, Buenos Aires  
Diego Alejandro Ponte, Corrientes

Revisores de cuentas titulares:

Mariano López, Santa Fe  
Roberto Lugo, Chaco  
Mariano Martín, Santa Fe  
José Bianchi, Córdoba

Revisores de cuentas suplentes:

Carlos Beltrán, Santa Fe  
Felipe Klion, Chaco  
Aldes Kilgelmann, Santa Fe

Presidente honorario:

Ovidio Bolo

Administrador general:

Pedro Antonio Oroz

www.fasa.com.ar • socios@fasa.com.ar

Edición: Comunicaciones Empresarias

Tel./Fax: (5411) 5031-3300 4315-8700

faguirre@cas.com.ar

# SUMARIO



CAS y FASA impulsan la creación de grupos de compras, un tema que fue tratado en las Jornadas del Supermercadismo y es motivo de la nota de tapa de esta edición. Página 18

3 Editorial

30 Nuevo Dove Splash

6 CAS designó su Comisión Directiva



10 La despedida del año

11 Reunión en el Senado

12 Rosario estuvo de fiesta

32 Breves



16 Impulso inauguró en Resistencia

18 Grupos de compras:  
Juntos es mejor

22 Milenio cumple sus objetivos

24 Delta mira hacia adelante

26 Saliendo del más o menos

28 Productos

34 Cabaña Argentina

36 Cincuenta años de Chandon

38 Vinos y bodegas

*Nueva!*  
Con aceite de oliva

La perfecta combinación de  
Mayonesa y Oliva.



# CAS designó su nueva Comisión Directiva

La integran supermercadistas de todo el país. Ricardo Cáceres fue reelecto.

Respetando fielmente su larga tradición y reafirmando una característica que la ha distinguido durante varias décadas, la Cámara Argentina de Supermercados (CAS) designó a los integrantes de su Comisión Directiva, conformada por representantes de compañías que

se encuentran radicadas a lo largo y a lo ancho de todo el país.

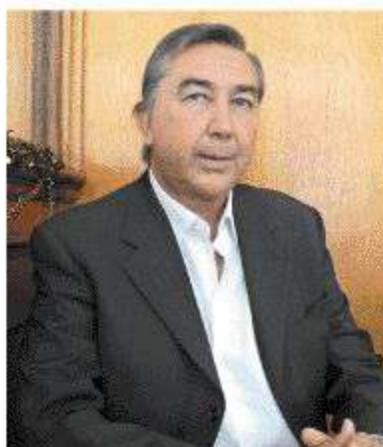
Empresarios de Formosa, Chaco, Santa Fe, Corrientes, Córdoba, Misiones, Río Negro, Jujuy, La Pampa, Buenos Aires, Capital Federal, Chubut, San Luis y Santa Cruz, conforman el órgano directivo de una entidad que,

desde sus orígenes, se ha caracterizado por integrar en un plano de total igualdad a firmas supermercadistas de todo tipo y tamaño.

El actual presidente de la entidad, Ricardo Cáceres, recibió el apoyo unánime de sus colegas asociados a la cámara, quienes lo reeligieron para



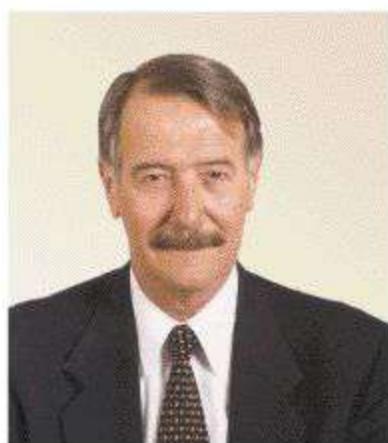
Presidente  
Cáceres, Ricardo  
El Pajarito Supermercados S.A.  
Formosa



Vicepresidente  
Zorzón, Ricardo  
Zorzón Supermercados  
Chaco



Secretario  
Beltrán, Alberto  
Rosario Compras  
Rosario/Firmat



Prosecretario  
Escribano, Alberto  
La Proveduría  
Chubut



Tesorero  
Blanch, José  
Supermercado Buenos Dias  
Córdoba



Protesorero  
López, Jorge Hugo  
Impulso Supermercados  
Corrientes

## Vocales titulares



1º Gilio, Roberto  
Supermercado Quetihue S.A.  
Río Negro



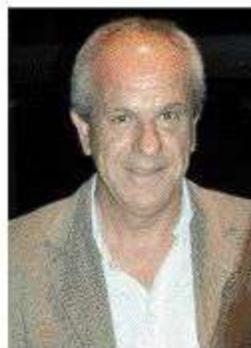
2º Acuña, Abilio Javier  
Supermercados California S.A.  
Misiones



3º Aiello, Fernando  
Aiello Supermercados  
San Luis



4º Emir, Alejandro Omar  
Rosario Compras  
Santa Fe



5º Fanaro, Omar  
Agrupación Milenio  
Buenos Aires

## Vocales suplentes



1º Deambrosi, Juan Carlos  
Cooperativa Obrera de  
B. Blanca - Prov. de Bs. As.



2º López, Mariano  
Pingüino Supermercados  
Santa Fe



3º Aiena, Jorge Nicolás  
Alas Supermercados  
Santa Cruz



4º Testa, Jorge  
Tomás de León  
Supermercados - La Pampa



5º Segura López, Nelida  
Supermercados Comodín  
Jujuy

## Revisores de cuentas titulares



1º Lugo, Roberto  
Iberia Super  
Chaco



2º Bustos, Luis Alberto  
Mucoop Asoc. Mutual Cooperativa  
Agrícola Ramallo - Prov. Bs. As.



3º Armini, Marcelo  
Supermercado El Sirio  
Ciudad Aut. de Buenos Aires



4º Schena, José  
Planeta Supermercados  
Buenos Aires

## Revisores de cuentas suplentes



1º Porcara, Ezequiel  
Supermercados La Estrella  
Córdoba



2º Benitez, Esteban  
Supermercados Aida  
Buenos Aires

## INSTITUCIONALES



ingreso de nuevos socios a partir de un accionar claramente identificado con las empresas PyME del sector.

Por otro lado, quedó en evidencia el trabajo realizado en lo relativo a las relaciones con entidades empresarias y con autoridades gubernamentales.

En ese sentido es de destacar las actividades llevadas a cabo conjuntamente con la CAME, en particular la participación en la Comisión Nacional Intercámaras, que posibilitó la presentación de un proyecto de ley, de alcance nacional, para la regulación de las Grandes Superficies Comerciales.

En lo referido a las relaciones con autoridades nacionales se ponderó como muy positivo el acercamiento a la Secretaría de Comercio, lo que permite que los asociados a CAS y FASA puedan participar en la comercialización de los cortes populares de carne, a precios muy convenientes para los consumidores.

que continúe en el cargo durante el período 2010/2012.

Los empresarios supermercadistas evaluaron como muy positiva la gestión llevada a cabo durante el período 2008/2010 por la comisión directiva presidida por Cáceres.

Se destacaron especialmente la generación de recursos que permitieron estabilizar la economía de la entidad, generando de esta manera una capacidad operativa que la habilita para fijar objetivos más ambiciosos en su misión de defender y representar los intereses y legítimos derechos de los supermercadistas argentinos.

En ese sentido se puso de manifiesto como un hecho muy auspicioso el



**Nuevo**

*Dale sabor a tus platos  
comiendo más liviano*



PROBÁ, DESCUBRÍ Y DISFRUTÁ. [www.quesosilolay.com.ar](http://www.quesosilolay.com.ar)

**Williner**



# La despedida de un año con más alegrías que tristezas

La tradicional cena de fin de año reunió un nutrido grupo de supermercadistas que comentaron cuestiones de su actividad y departieron como buenos amigos.



**R**icardo Cáceres y Alberto Beltrán en sus roles de presidentes de CAS y FASA, respectivamente, ocuparon la cabecera de una extensa mesa, alrededor de la cual se sentaron supermercadistas de todo el país para brindar por la culminación del año 2010 y formular los mejores deseos para 2011.

Esta cena de camaradería, ya tradicional -luego de las reuniones mensuales de las comisiones directivas de ambas entidades- adquirió un significado especial con motivo de la cercanía de las tradicionales fiestas de fin de año.

Cáceres y Beltrán hicieron uso de la palabra para elaborar un balance de lo

acontecido durante un año de trabajo intenso, en el que objetivamente fueron más los logros que los fracasos.

En un clima de franca camaradería supermercadistas de todo el país compartieron una noche en la que departieron sobre sus actividades y sobre muchos otros temas no ligados a su profesión.

Un párrafo aparte merece la actuación de Pilo Cáceres quien se reveló como un exquisito interprete de canciones melódicas, acompañando a un sorprendente cantante invitado, quien recorrió el repertorio de Marco Antonio Solís en una suerte de tributo, que mereció el efusivo aplauso de todos los presentes.



# Reunión en el Senado

Integrantes de la Comisión Nacional Intercámaras visitaron la Comisión de Industria y Comercio para exponer sobre el proyecto de ley de regulación de GSC.



Con la asistencia de dirigentes de diversos lugares de nuestro país, representantes de federaciones, cámaras y entidades específicas, se llevó a cabo la primera reunión explicativa sobre el proyecto de Ley de Regulación de Grandes Superficies Comerciales (GSC), en el Senado de la Nación.

La Comisión de Industria y Comercio, representada por su secretario Mario Dodaro y algunos de sus miembros; y la Comisión de Derechos y

Garantías, presente por medio de su secretario, Dr. Hugo Bauché, y algunos de sus asesores, escucharon con atención a los miembros de la Comisión, quienes junto con el Dr. Iván Cullen expusieron los fundamentos y la razón del proyecto en cuestión.

Luego de un intenso intercambio de opiniones, se convino en presentar a través de las comisiones del Senado todos los datos que abundan en la descripción de los inconvenientes que provocan las grandes superficies comerciales y sus mode-

los de comercialización en distintas ciudades del país.

Estuvieron presentes en el encuentro representantes de CAME de Formosa, Entre Ríos, Santa Fe, Comodoro Rivadavia, Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA); directivos de la Federación de Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA), encabezados por su presidente, Alberto Beltrán; de la Cámara Argentina de Supermercados (CAS) y de la Federación de Almaceneros de Buenos Aires (FABA).



SABEMOS LO QUE HACEMOS



[www.lapiamontesa.com](http://www.lapiamontesa.com)



Directivos de CAS y FASA participaron en la Súper Noche 2010 de CASAR.

## Rosario de fiesta en otra Súper Noche



El Bambino Veira y Ebor Lujueña, un dúo hilarante.

**E**n el Salón Metropolitano II del Shopping Alto Rosario, se llevó a cabo la Fiesta de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Rosario y la Región (CASAR). Los asistentes fueron agasajados con exquisitos platos, shows e importantes premios, incluyendo el sorteo de un automóvil 0 km.

José Rocuzzo, presidente de la entidad, expresó al comienzo del evento: "Ha sido un año de intenso trabajo no sólo al frente de nuestras empresas,

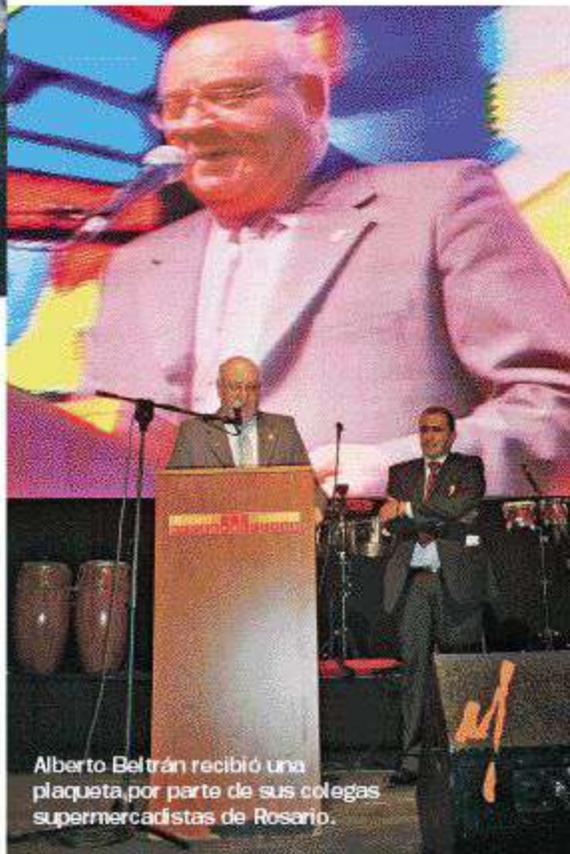
Como todos los años, los supermercadistas rosarinos se reunieron para despedir el año y agasajar a sus proveedores, amigos y colegas.

también se han dado pasos muy importantes para consolidar a nuestra organización (CASAR) a nivel regional y nacional.

El gobernador de la provincia y el ministro de la producción convocaron a un proceso de diálogo constructivo para dinamizar y jerarquizar el comercio y la producción PyME.

Por nuestra parte, conformamos la Comisión Provincial Intercámaras que se viene reuniendo desde enero de este año, analizando todas y cada una de las situaciones contempladas por la ley 12.069 de grandes superficies comerciales y se han logrado acuerdos significativos respecto a su interpretación.

A instancias del legislativo provincial se derogó el art. 31 de la mencionada ley, que sólo servía para violarla con el argumento de estar cumpliéndola.



Alberto Beltrán recibió una plaqueta por parte de sus colegas supermercadistas de Rosario.

La decisión política que anima a los santafesinos se refleja en el hecho de que la derogación fue aprobada por ambas cámaras, por diputados y senadores, de cualquier extracción política, lo que implica un rotundo afianzamiento del espíritu de la ley.

Estos ejemplos fueron tomados a nivel nacional y así se creó la Comisión Nacional Intercámaras, presidida por CAME, cuya actividad culminó con la elaboración de un proyecto de Ley Nacional que contempla la dinámica del sector comercial argentino y fija el marco en el que debe desenvolverse la actividad, de modo que la competencia, que tanto se declama, sea una realidad y no la mal entendida libertad del zorro dentro del gallinero.

También en nuestra ciudad hemos avanzado en un proyecto que contem-



Rocuzzo y Beltrán en un momento emotivo en la Súper Noche.



José Rocuzzo, presidente de CASAR, pronunció un discurso muy aplaudido.

para los comercios más pequeños, aquellos de entre 100 y 1.200 metros cuadrados de superficie, nuestra única aspiración es proponer un ordenamiento mínimo, que establezca lo que denominamos "radio de protección".

Vale recalcar que esta iniciativa fue concensuada con todas y cada una de las entidades respectivas del comercio, almaceneros, carniceros, mercados de productores, autoservicios, supermercados, etc. Además, es de destacar que cuenta con el apoyo absoluto de CASRECH, la entidad que representa a los comerciantes de origen chiro.

Sin embargo es importante, para todos nosotros, advertir que hay un esquema que se renueva, cuya finalidad es la misma de siempre: la concentración. Durante los años 90 la gran novedad fueron las grandes superficies comerciales y allí fue nuestro Estado Nacional -o mejor dicho, su inexistencia- a fomentarlas vía exenciones impositi-



Miguel Ujschitz, intendente de Rosario, destacó que en esa ciudad se aplica la Ley de Grandes Superficies Comerciales.

## Siempre es 29 con Sémola



# Silvina

"Cocción rápida  
1 Minuto"



Ñoquis - Papillas - Pastas - Postres

vas y otorgando ventajas que no le concedió a nadie más, con los resultados que todos padecemos.

En los últimos tiempos la herramienta es otra, ahora el formato es el negocio más pequeño, tratando de cubrir al máximo cada localidad con los llamados negocios de cercanía o proximidad. El fin siempre es el mismo, solamente cambian los medios. Ello lo hace más difícil de advertir y a veces, cuando nos damos cuenta, ya



Arriba: Música, baile, color, humor, premios, algunos de los componentes de una fórmula que se perfecciona año a año.

Izquierda: Binner, Rocuzzo, Beltrán, Cáceres y Zorzón. Los integrantes de CAS y FASA saludaron al gobernador.



**Discurso del intendente**

Miguel Lifschitz, intendente de la ciudad de Rosario se dirigió a los presentes y, entre otras cosas, dijo: "Finalizamos un año con logros importantes y deudas pendientes. Como logros vale destacar la respuesta de la economía luego de la crisis internacional. La Argentina demostró una gran vitalidad en su economía, lo que le ha permitido alcanzar una recuperación sorprendente".

"Esto es el resultado -agregó- de políticas económicas acertadas que apuntaron al mercado interno, promovieron el consumo, apoyaron a las PyMEs y alentaron a la industria, garantizando puestos de trabajo muy valiosos para todos".

"Aquí, en Rosario, aplicamos políticas de protección para las PyMEs, por eso, desde hace muchos años, se aplica estrictamente la Ley de Grandes Superficies Comerciales".

"Sabemos que no se puede tratar como iguales a quienes no lo son. El rol indelegable del Estado, en todos sus niveles, es proteger a los más pequeños, aquellos que dependen para su desarrollo y mantenimiento, no sólo de sus propias facultades, sino también, de contar con un entorno favorable. Por eso estamos comprometidos a trabajar con ese objetivo, utilizando los instrumentos con los que cuenta la Municipalidad, como el Banco municipal de Rosario y la Agencia de desarrollo", concluyó.

es demasiado tarde.

Esa es la razón por la cual creemos necesario discutir la propuesta que elevamos a nuestras autoridades ejecutivas y legislativas locales para fomentar un ordenamiento comercial urbano de características eficaces, para su sostenimiento, mas allá de cual-

quier riesgo comercial y empresarial.

Finalmente, queremos felicitar a un integrante de nuestra cámara, Alberto Beltrán, quien, como fruto de su incansable actividad gremial empresaria, ha sido elegido presidente de FASA, la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios.

**Lo público y lo privado a favor de Rosario**



**E**l gobernador de la provincia de Santa Fe, Hermes Binner destacó la importante convocatoria de CASAR, y deseó que la calidad institucional que demuestra la entidad se replique en todos los ámbitos de la República Argentina.

"Rosario -dijo Binner- es el resultado del trabajo común entre lo público y lo privado, que permitió concretar el Plan Estratégico Rosario, la base de obras fundamentales, concretadas tanto en lo público como en lo privado".

"Venimos a estas reuniones -agregó- con mucho entusiasmo, porque sabemos que aquí esta el germen de lo público y lo privado, que es la base fundamental para la construcción de una región de Rosario que mejore día a día".



**Nuevo Rexona Splash**  
Una fragancia que te renueva  
en cada gota.

# La cadena Impulso inauguró un nuevo local en Resistencia

El Grupo Cáceres continúa su plan de expansión en el noreste argentino, en esta oportunidad a través de la cadena Impulso, en la capital chaqueña.



El moderno complejo, ubicado sobre un predio de 6.000 m<sup>2</sup> -Avenida Alberdi al 2000, Resistencia- genera empleo genuino para más de 100 personas en forma directa.

"Este es el verdadero desarrollo local que tiene que ver con el desarrollo humano", afirmó la intendente Alcá Ayala, que además destacó "la condición de sueño cumplido para quienes desde una empresa familiar apuestan a la cultura de trabajo".

Por su parte, el ministro de Economía, Industria y Empleo de la provin-



cia, Eduardo Aguilar, afirmó que "La apertura de este nuevo supermercado es la confirmación de que estamos trabajando día a día para volver a posicionar a Resistencia como la gran capital de la región y transformarla en un centro estratégico de comercio".

Ricardo 'Pilo' Cáceres, uno de los titulares de Impulso, destacó el respaldo del gobierno de la provincia y agradeció el trabajo que desarrollan permanente con el ministro Aguilar y la cartera de Economía.

La firma suscribió acuerdos con el Gobierno Provincial en cuanto a la canasta básica, la canasta navideña y la tarjeta alimentaria. "Impulso siempre colabora con las distintas iniciativas oficiales y sabemos que contamos con su mirada solidaria", afirmó Aguilar.

Cáceres agregó que encontraron

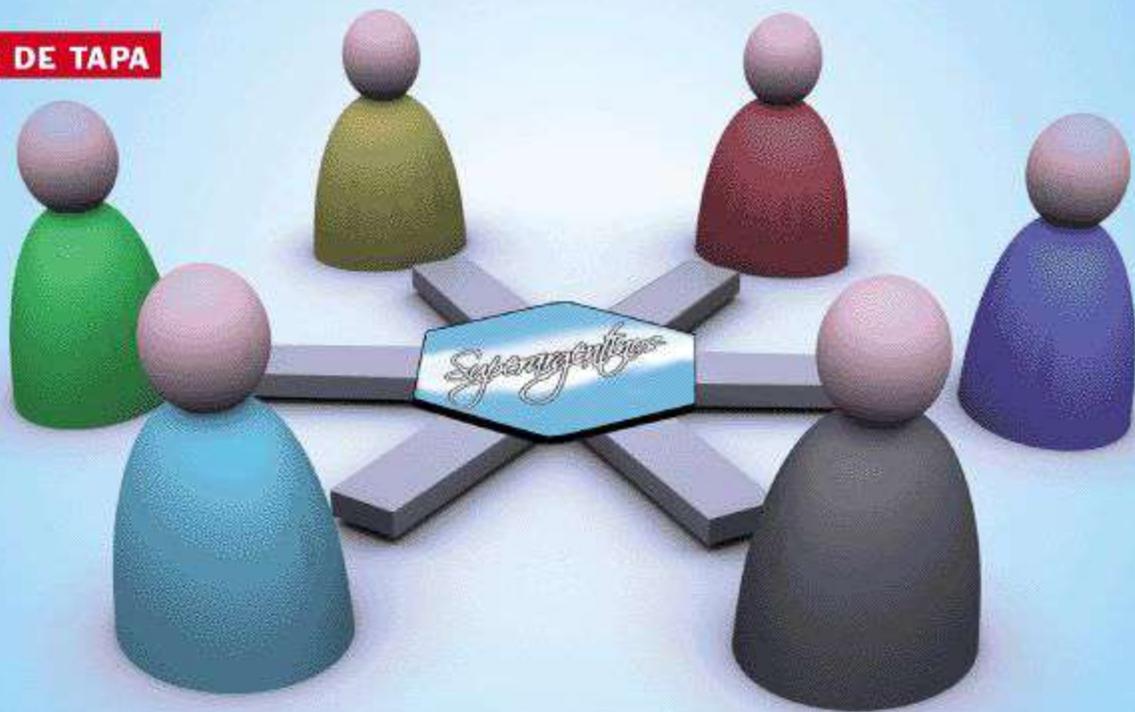
en el Gobierno Provincial un "socio perfecto para desarrollar la concreción del proyecto".

La empresa está adherida a la Red de Proveedores Locales que impulsa Economía y permite a fabricantes y PyMEs chaqueñas la inserción de sus productos en el mercado local.

Aguilar confirmó que ya se encuentra vigente el convenio con Impulso para el desarrollo de los proveedores locales, de manera de poder abastecer sus góndolas con productos fabricados y manufacturados en el Chaco.

*Si estás en Bariloche, Villa La Angostura,  
San Martín de los Andes, El Bolsón,  
Lago Puelo, El Maitén o Esquel  
estamos siempre a tu lado.*





# Grupos de compras juntos es mejor

La asociatividad es una fuente de soluciones para las empresas PyMEs supermercadistas, dado que potencia enormemente su capacidad de trabajo.

Las características específicas de las PyMEs hacen que les resulte muy difícil desarrollarse y hasta sobrevivir en un contexto de alta competencia como el actual. A pesar de que son fuertes impulsoras del crecimiento -en el caso argentino, representan cerca de la mitad del PBI y aportan alrededor del 90% del empleo- deben enfrentar un sinnúmero de dificultades internas y externas, como la asfixiante presión tributaria y la escasa (o nula) posibilidad de recibir asistencia financiera.

En el caso particular de los supermercados PyMEs, se agrega como otra limitante la baja capacidad de compra que los deja en inferioridad de condiciones frente a las grandes cadenas que cuentan con un poder de negociación incomparablemente superior.

Ante esta realidad, aislarse y esperar a que las cosas cambien, es firmar la propia sentencia de muerte.

Un modelo asociativo es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en el que cada participante -manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial- decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo común.

La incorporación es voluntaria, cuando una empresa decide integrar un grupo lo hace porque tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar.

Asociarse no sólo es útil, a veces, resulta indispensable para la supervivencia. A esta conclusión llegaron los supermercados de todo el país que están potenciando la estrategia de los grupos de compras, con el objetivo de negociar precios

en mejores condiciones, conseguir volumen para llegar a los grandes proveedores, agilizar la logística de sus locales y unir fuerzas para mantenerse rentables.

Además, la asociatividad genera en las empresas, y en los empresarios, varios "efectos secundarios": una mentalidad más abierta, mayor confianza, una visión a más largo plazo, mayor integración y más positivismo y dinamismo.

## Comprar juntos, vender por separado

En general, los grandes proveedores se resisten a venderle a los pequeños supermercados o autoservicios que intentan comprar de manera individual, dado que no cuentan con un volumen suficiente, especialmente si están radicados en el interior del país. En la mayoría de los casos, los fabricantes los derivan a un mayorista o a un distribuidor.

Ante esta realidad, la Cámara Argentina de Supermercados (CAS) y la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA), comenzaron a impulsar la utilización de la figura de Agrupación de Colaboración Empresarial (ACE) para la creación de grupos o pools de compras.

La iniciativa busca difundir las virtudes de un modelo que les permitirá alcanzar un volumen de compra de mayor magnitud para negociar desde una posición de mayor fortaleza y así lograr precios más competitivos en sus compras.

En las dos últimas Jornadas del Supermercadismo, organizadas por ambas entidades, la problemática de los grupos de compras siempre ocupó un lugar relevante.

## Un modelo muy utilizado

En la Argentina funcionan varios grupos de compras, algunos de los más destacados, formados por supermercados independientes, son: Rosario Compras, Milenio, Delta, Grupo 2000, Reales y Agrupación Bahía.

Pero en el mercado del consumo masivo existen otros casos que ponen de manifiesto la extensión que ha logrado el modelo de compras conjuntas. Un caso es el de un grupo de autoservicios y comercios de capitales asiáticos, que se unieron en la Argentina para crear una red de compras directas a productores de primera línea.

Entre las razones esgrimidas para justificar la operatividad se destacaron los aumentos de precios que aplican algunos distribuidores y mayoristas.

Otro argumento de los impulsores de la acción es que los proveedores están dispuestos a negociar precios más bajos porque se ven beneficiados al entregar en un sólo lugar y cobrar contra entrega de la mercadería.

Otro caso es el de los almaceneros de Córdoba Capital y del interior de dicha provincia, quienes también impulsaron la iniciativa de crear un pool de compras que les permitiera acercarse con sus precios a las grandes cadenas de súper e hipermercados.

El proyecto, promovido por el Centro de Almaceneros, postulaba un esquema de compra en conjunto. Cuando la iniciativa tomó estado público, se fueron sumando cámaras del interior provincial hasta llegar a un



**Lynch**  
cocinas

www.lynchco.com.ar  
TEL: (011) 4837-0022

Grandes cocinas para Grandes Cocineros

Av. del Libertador 1254  
Vicente López - Buenos Aires  
ventas@lynchco.com.ar

Electrolux  
ZANUSSI



## Servicios Empresarios Argentinos S.A.

Empresa de Servicios Eventuales Habilitación Ministerial 1002/342

**La empresa nacional de Personal Eventual y soluciones en Recursos Humanos.**

**El lugar donde la gente elige trabajar.**

- Personal Eventual y Temporario
- Búsquedas
- Soluciones Integrales en RR.HH.

Vicente Félix Stagno,  
Presidente de SEA S.A.



Sucursales en el interior del país, GBA y CABA | Tel.: 54 11 4383-6711 y líneas rotativas | www.seasa.com.ar

total de 25 entidades con disposición a sumarse al grupo, conformando un conjunto cercano a los 4.000 negocios.

Otro caso que vale la pena mencionar, aunque sus impulsores no sean comercios minoristas sino cuatro grandes productoras de alimentos, es el de Molinos Río de la Plata, Arcor, Bimbo y Cargill, empresas que firmaron un contrato para crear un consorcio de cooperación empresarial destinado a la compra de insumos "no estratégicos".

Como es de suponer, el sistema está muy difundido a nivel mundial; algunos pooles de compras han logrado volúmenes impresionantes, la red europea EMD, por ejemplo, opera en 16 países y cuenta con 150.000 puntos de venta.

### La realidad argentina

Los comercios PyMEs están expuestos a amenazas externas, como las acciones comerciales y financieras de los hi-

permercados, la expansión territorial de los distintos formatos con los que operan las grandes cadenas (hipermercados y negocios de cercanía), la proliferación de autoservicios asiáticos y el comercio informal.

Conscientes de la situación, los supermercadistas argentinos se están orientando hacia la formación de pooles de compras como estrategia competitiva.

"Pero también hay que tener en cuenta las amenazas internas", advierte Daniel Franco, titular de Daniel Franco y Asociados, disertante que desarrolló el concepto de redes de competitividad en las 30 Jornadas del Supermercadismo.

"No tener un proyecto claro; padecer una ineficiente gestión del negocio; no contar con un sólido equipo de trabajo; la desmotivación y falta de compromiso; los mayores costos operativos y la falta de competitividad, son algunos de los problemas más comunes", detalla.

Con respecto a la integración a una ACE ya existente, Franco aconseja analizar en qué estadio del ciclo de vida se encuentra la agrupación considerada y constatar si tiene un

proyecto definido. Si la decisión es involucrarse, se lo debe hacer con compromiso y participación.

El especialista propone ir más allá de las tradicionales redes de compras para pasar a una "red de competitividad", que sea capaz de captar oportunidades en distintos planos, a partir de la creatividad, la innovación y la planificación, de manera tal que el grupo esté en condiciones de capitalizar y aprovechar al máximo el talento colectivo.

Los referentes del sector explican que, si bien la idea de las agrupaciones no es nueva, -es una figura comercial que tiene muchos años- para utilizarla eficientemente hay que vencer ciertos temores, por ejemplo, el hecho de ceder el poder de compra de la empresa a un administrador general.

En general, las redes de compras surgen de manera espontánea y poco planificada, pero para lograr que la asociatividad se convierta en un mecanismo de desarrollo sustentable, será de gran ayuda que busquen involucrar en el pro-



Integrantes del panel sobre centrales de compras en las 30 Jornadas del Supermercadismo Argentino: Daniel Franco, titular de Daniel Franco y Asociados; Joaquín Bonitatibus y Miguel Ángel Iñiguez, de Agrupación Bahía; Pedro Oroz, administrador general de CAS y FASA; Fernando Aldasoro, Grupo Reales y Julio Varela, Grupo 2000 Supermercados.

Ahora entendemos por qué para decir que algo te resulta muy fácil dicen "Te la dejé en bandeja"

**NUEVA PRESENTACIÓN DE DULCES SÓLIDOS.**  
AL SABOR ARTESANAL LE SUMAMOS EL VALOR DE LA INNOVACIÓN

GARRAZA+PINUS



Nuevo

Nuevo

**DULCE DE MEMBRILLO**  
350 gr.  
Unidad de Pedido 8u.

Nuevo

**DULCE DE BATATA**  
350 gr.  
Unidad de Pedido 8u.

**DULCE DE BATATA A LA VAINILLA C/ CHOCOLATE**  
350 gr.  
Unidad de Pedido 8u.

Ahora vender más va a ser más fácil.  
Cuando hay buenos productos, todo se simplifica.  
Y las nuevas bandejas de dulces sólidos son un buen producto. Porque al valor de lo artesanal le sumamos el valor de la innovación.

El tradicional sabor artesanal de siempre, ahora viene en una nueva, exclusiva y práctica bandeja reciclable, multiuso, para que después de disfrutar el dulce, pueda ser utilizada como recipiente para guardar o frizar lo que cada familia necesite. Además, para que el más rico sabor llegue a todos, ahora las tapas vienen con identificación en Braille!

★ NUEVO ENVASE

★ MULTIUSO

★ RECICLABLE

★ ¡TEXTO EN BRAILLE!

★ SINT.A.C.C.

★ KOSHER



esnaola

Cno. a Sacanta Km 1 y 1/2 - Arroyito - Córdoba - CP 2434  
Tel: 03576 421790 - Fax: 03576 421316 - www.dulcor.com.ar

# Milenio cumple sus objetivos y crece sumando

El modelo de la agrupación se basa en la integración de supermercados que conservan su propia marca, pero aplican una estrategia común en sus negocios.

**C**on una concurrida fiesta en la Estancia Los Cerrillos, cercana a la ciudad de San Nicolás, los supermercadistas nicoleños, despidieron 2010 con una exquisita cena seguida por el show de Miguel Angel Cherutti.

Al final de un año positivo, los asociados hicieron un balance con conclusiones muy satisfactorias.

A través de un video Milenio expresó: "Agradecemos a la gente que nos elige día a día, a todos los que conforman el equipo de trabajo y tienen la camiseta puesta, a todos quienes han permitido mantener la identidad del comercio local en la ciudad. Sabemos que nunca se termina de hacer, de aprender, de mejorar, ese es el desafío. Nosotros estamos listos para seguir tirando hacia adelante, como siempre lo hicimos, porque queremos que sepan que gracias a todos ustedes, hay Milenio para rato".

## Una fórmula exitosa

Milenio genera un sistema de pertenencia y coherencia entre estrategias y resultados. El resultado es que todos los miembros de la agrupación pueden conseguir colectivamente objetivos que posiblemente no podrían alcanzar en forma individual.

Para elaborar su estrategia comercial obtiene y analiza la información sobre las necesidades, deseos, gustos, recursos, actitudes y comportamiento del público; consumidores actuales o potenciales, distribuidores y proveedores. Estudia la incorporación de nuevas marcas, nuevos productos o servicios entre otras necesidades, para orientar la acción adecuada a las exigencias del mercado.

Actualiza permanentemente el análisis potencial de participación en el mercado; evalúa la satisfacción del cliente y de su conducta de compra, para decidir con bases sólidas el factor precio, producto y promoción. Los resultados están a la vista.



# Queso Cremon



Fraccionado  
en origen





## Delta sigue mirando hacia adelante

En 2010 el Grupo celebró 15 años de trabajo intenso, con resultados muy satisfactorios para sus asociados.



**A**ntonio García, presidente del grupo Delta dirigió unas sentidas palabras a los asistentes a la recepción organizada con motivo de las fiestas de fin de año.

Durante el discurso, que mereció un cerrado aplauso de los presentes, García dijo, entre otras cosas: "Delta celebró en 2010 sus 15 años de existencia y queremos expresar que estamos muy satisfechos, pues fueron años intensos en crecimiento y aprendizaje.

"Todos sabemos que para el pequeño y mediano empresario se presentan obstáculos de diversa índole, mayormente comerciales y financieros, para lograr cierta estabilidad.

Pero tal vez, el obstáculo más difícil a sortear sea el de la mentalidad, el pensar "yo puedo sólo".

Somos un puñado de comerciantes

descubrió que no luchaban solos: encontraron en su unidad el espíritu para desmentir la supuesta antítesis que existe entre lucro y ética, entre subsistencia y moral.

Sumamos adeptos a esta creencia trabajando duro, con la pluma y con la espada, dando día a día el ejemplo que luego fue proyecto, y hoy es proyección de futuro. Lo hicimos confiando en nuestras actitudes, que hoy son prácticas comerciales.

No fue fácil, pero siempre pusimos mucho esmero en cada uno de los objetivos que buscamos concretar. En Delta encontramos el apoyo y la confianza suficientes para ir paso a paso concretando etapas y afianzando procesos.

Nunca nos defraudamos entre nosotros, somos un equipo solidario que trabaja para el bien común de la organización, y eso nos reporta dos beneficios concretos: una ganancia marginal mucho mayor y la certeza de que lo hacemos honestamente y dando un ejemplo a seguir.

Proponemos un crecimiento humano e institucional, sin importar los conflictos o diferencias, sorteaemos los malos momentos con más fuerza y garra para ser mejores personas y comerciantes más consolidados".



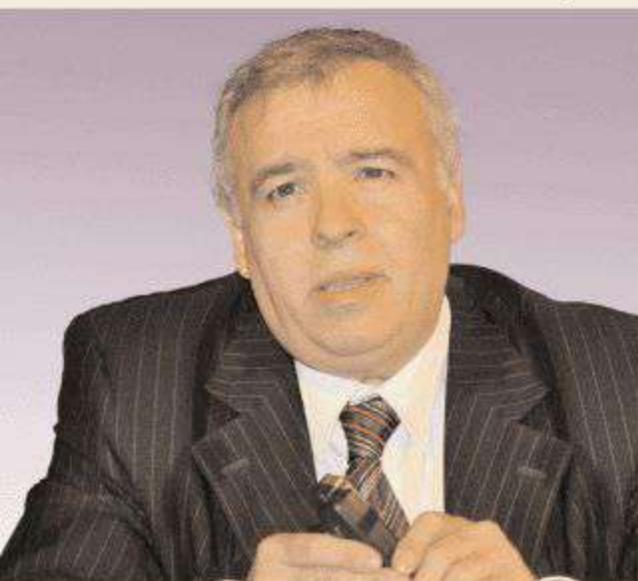
Desde 1962  
combinamos  
**sabor y calidad**  
en todos nuestros productos



*En dulces lo mejor !*

# Saliendo del más o menos

Para buscar la excelencia, las empresas deben tener en cuenta que la capacitación de sus recursos humanos es de fundamental importancia.



Daniel Franco, experto de reconocida actuación como asesor de supermercados, grupos de compras, y otras empresas vinculadas al negocio del retail.

Ahí estaba el repositor de ese supermercado de barrio, pasando los productos con vencimiento más cercano al frente y los de vencimiento más lejano detrás.

La señora que casi todos los días pasaba por la góndola de lácteos, se acercó y le preguntó dónde estaba la leche condensada.

La miró a los ojos y le dijo: "señora, por favor, sígame". Se paró frente a la góndola y le preguntó: "¿Cuántas latitas necesita?"

La señora respondió: "Solamente tres".

Con un "sírvase" cortés y acompañado de una sonrisa, el repositor colocó los productos en el carrito y despidió a la cliente: "si necesita algo, estoy para servirle".

Luego, se escuchó fuerte en el salón de ventas: "¡Corten!".

Ahí finalizó la filmación del comercial de la leche condensada.

Usted, que está leyendo esta columna, si tiene el manejo de un autoservicio o supermercado, seguro aspira a que la escena que acabo de

describir sea uno de los procesos de atención al cliente por parte de sus recursos humanos.

Lo invito a preguntarse cuáles acciones serias realizó en los últimos tres meses en función de esta aspiración.Cuál es su programa de toma y capacitación, entrenamiento y formación de personal, ya sea su comercio una cadena o un autoservicio familiar in-

dependiente.

Cuando alguno de mis clientes me dice: "el problema que tengo es la gente (empleados) que trabaja más o menos", descubro que, en general, la baja de productividad en 'la gente' es el resultado de no tener un programa de incorporación y capacitación de los recursos humanos. Ni mencionar la falta de trabajo sobre la motivación y el entusiasmo.

En esta actividad, sobre todo en los autoservicios o supermercados de cercanía, la buena o mala gestión se siente generalmente cuando se 'tira la z' al fin del día.

Algunos comerciantes o empresarios del sector invierten en frío, luz, tecnología, nuevas líneas de productos, góndolas, confort, pero no invierten en sus equipos de trabajo, cuando en realidad éstos son algunos de los pilares diferenciales que tienen para lograr competir, además de obtener un rápido retorno de la inversión.

Su organización será flexible, si su gente es flexible. Será proactiva si su personal es proactivo. Proveerá más valor si su equipo humano adquiere y provee más valor.

El aprendizaje organizacional se produce sobre la base del aprendizaje de las personas.

Cuando piense en las inversiones necesarias para sus negocios, la capacitación y entrenamiento de sus recursos humanos no debería ser un tema menor, todo lo contrario.

## Sobre el autor

Daniel Franco es entrenador y director general de Daniel Franco y Asociados. Su área de especialización son las "competencias claves" de los equipos gerenciales: el Liderazgo, la Negociación, el Trabajo en Equipo, el Coaching y la Innovación. Es facilitador de convenciones, reuniones de estrategia y de procesos de transformación organizacional, y coach personal de altos ejecutivos.

Dada su formación y experiencia, integra en sus intervenciones las fortalezas de una mirada de negocios y de coaching.

**En las empresas, la capacitación y entrenamiento de los recursos humanos no debería ser considerado un tema menor, sino todo lo contrario.**

Presentamos una familia  
que les dará grandes satisfacciones.



**de Lorenzi**

FIAMBRES

Un Sabor Familiar

SUCESORES DE ALFREDO WILLINER S.A.

Bv. Roca 883 CP 52300KCI RAFAELA Provincia de Santa Fe ARGENTINA Tel.: + 54 3492 438200 Fax: + 54 3492 438283

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

BUENOS AIRES  
Ruta Panamericana  
Ramal Tigre  
Bajada Uruguay  
Colectora Este 2091  
Beccar CP B1643AIL  
Tel/Fax: (011) 4719-8400

RAFAELA  
Rivadavia 882  
CP 52300KAT  
Tel/Fax: (03492) 438233/234

ROSARIO  
La República 6649  
CP 52006AVW  
Tel/Fax: (0341) 4585150/51

MENDOZA  
Bandera de los Andes 2365  
San José (Guaymallén)  
CP M5519APU  
Tel/Fax: (0261) 4315123/4321283

NEUQUEN  
Alaska 6457 B<sup>a</sup> Valentina Norte  
CP 8300  
Tel/Fax: (0299) 4440843

CORDOBA  
Avda. Circunvalación Sur S/N  
(entre Camino a San Carlos y  
Camino a 60 Cuadras)  
CP 5011 - Tel/Fax: (0351) 4865600

POSADAS  
Ruta 12 km 9 1/2 Garupá  
CP N3300XAO  
Tel/Fax: (03752) 480430/481666

CORRIENTES  
Av. Independencia 4935  
CP W3404DLD  
Tel/Fax: (03783) 452601

SALTA  
Av. Chile 1373  
CP A4402FZC  
Tel/Fax: (0387) 4231247

● **Cappuccino bajas calorías**

La Serentísima y Cabrales presentan la versión light de su clásico Cappuccino Estilo Italiano. Este novedoso producto contiene un 40% menos de calorías y un 70% menos de azúcar que la versión tradicional y puede ser consumido frío o caliente.

Preparado con leche La Serentísima de la más alta calidad y el exquisito Café Cabrales, esta exclusiva combinación asegura el inconfundible sabor del auténtico 'Cappuccino italiano'.

Este nuevo producto, al igual que su versión clásica, se presenta listo para consumir en envases individuales 'Slim' de 200 cm<sup>3</sup>.

De esta forma, La Serentísima ofrece la opción más práctica y sencilla para disfrutar del exquisito sabor de esta clásica bebida italiana en cualquier momento del día.



● **Junior crece en sabores**

La Serentísima incorpora a su marca Junior dos nuevos sabores: 'Uva-Ananá' y 'Multifrutas', que se suman a los clásicos: 'Frutilla con Crema' y 'Manzana'.



Gracias a una alianza estratégica con Disney, y al igual que toda la línea Junior, este lanzamiento estará acompañado por los personajes más divertidos de Toy Story 3, para que los más chicos puedan jugar y alimentarse de la manera más sana y entretenida.

Junior de La Serentísima es un alimento elaborado a base de jugo de frutas y leche descremada baja en lactosa, que le otorga al organismo un importante aporte de calcio.

**Nuevas variedades de shampoo**

Suave natural anunció el lanzamiento de sus nuevas variedades con la mejor combinación de ingredientes naturales.

Ahora es posible realzar la belleza del cabello propio y de la familia, con el brillo y suavidad de los frutos rojos y la fragancia fresca e irresistible del pepino y melón. La línea natural de Suave cuenta con una amplia gama de variedades que incluyen: coco & leche, miel & almendras, aloe & palta, manzana verde y nutritivitaminas.



● **Danette con sabor Cindor**

La reconocida marca de postres Danette lanzó su nuevo sabor Danette Cindor, un delicioso postre que combina toda la cremosidad, calidad y textura de Danette con el inconfundible sabor de Cindor. Esta alianza de marcas posiciona en el mercado un nuevo producto inigualable con el respaldo de La Serentísima.

Para premiar la lealtad de sus consumidores, Danette realizó un innovador evento donde presentó en un avant premiere el nuevo Danette Cindor. La presentación se realizó en exclusiva a un grupo de fans de ambas marcas, los que se convirtieron en testigos de la primicia durante el transcurso del encuentro.

Los elegidos, mediante una trivía en Facebook, disfrutaron de la presencia del Chef de Danette y la Caja Vengadora de Comdor, famosos íconos de las marcas.

Los consumidores tuvieron la oportunidad de degustar antes que nadie el producto y se les exhibió el 'making off' del comercial de TV que acompañará al lanzamiento.



● **Toallitas premiadas**

Las 'Toallitas Desinfectantes' de Ayudín fueron premiadas con el mayor galardón en el marco del evento 'Elegido por los consumidores', corolario de la campaña 'Muestras de Verdad' diseñada por la agencia Brand Value para Walmart.

La acción contó con la participación de 150.000 consumidores que evaluaron a alrededor de 250 productos de consumo masivo. Estos se registraron en un panel online donde podían votar por el mejor producto y dejar sus opiniones.

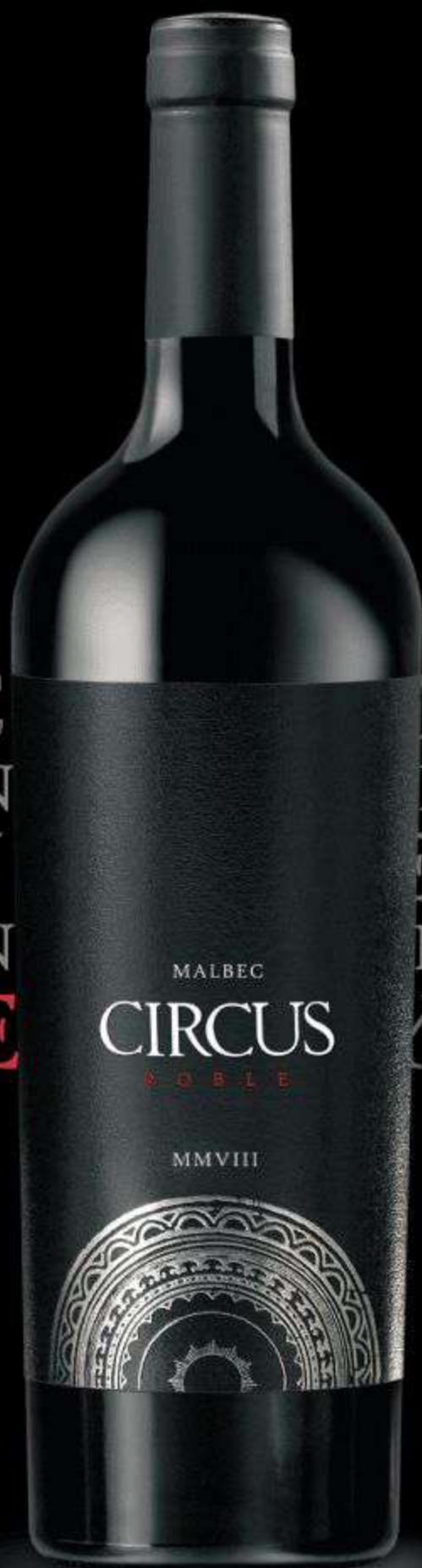
Participaron del certamen 41 empresas líderes con cientos de lanzamientos y relanzamientos de productos de consumo masivo en 80 categorías.

El evento se centró en la innovación como eje de diferenciación y en cómo acelerar la prueba y adopción de los nuevos productos.

# CIRCUS

## ROBLE

ROBLE·MALBEC  
CABERNET SAUVIGNON  
CHARDONNAY  
CABERNET SAUVIGNON  
SYRAH·ROBLE



Beber con moderación. Prohibida su venta a menores de 18 años.



NUEVO

# Dove Splash

**Una sensación refrescante en todo momento, en todo lugar.**



En una época de libertad y frescura, se requiere de un producto que responda adecuadamente a las necesidades de las mujeres. Es por esto que Dove, lanza un nuevo producto en su línea Go Fresh:

**Dove Splash**, reuniendo en un solo producto todas las características distintivas del verano: fragancia, frescura e hidratación.

Los nuevos productos forman parte de una línea desarrollada especialmente para mujeres jóvenes que desean incorporar frescura y energía a su cuerpo y a su vida. Mujeres activas, que buscan productos prácticos, de calidad y que disfrutan al usarlos.

**Dove Splash**, es una fragancia para

usar en todo momento y en todo lugar. Además, se sirve tanto en el cuerpo como en la ropa logrando frescura y un rico aroma a lo largo de todo el día.

**Dove Splash** está disponible en dos variedades:

**Pepino y Té Verde:** Floral, Frutal. Con un aroma fresco y relajante que le da a la piel una sensación refrescante y placentera.

**Pomelo y Hierba Limón:** Floral, Cítrico. Con un aroma chispeante y jugoso que despierta una sensación energizante sobre la piel.

**Dove, Cuidado Real para una Belleza Real.**



TRATAMIENTO DE SALÓN,  
AHORA EN TU CASA. EFECTO  
DE KERATINIZACIÓN EN FRÍO.



*REPARADO POR DENTRO,  
ESPECTACULAR POR FUERA*

PARA UN MEJOR RESULTADO,  
USÁ LAS CREMAS DE TRATAMIENTO  
SEDAL AL MENOS  
1 VEZ POR SEMANA.



NUEVAS CREMAS DE TRATAMIENTO SEDAL POR THOMAS TAW

● **Energía recargable**

Las estadísticas muestran que la energía renovable se incorpora cada vez más a la vida diaria. Por ello Energizer, además de ofrecer una completa línea de pilas recargables, brinda la información necesaria para aprovecharlas en todo momento y lugar, ahorrando tiempo y dinero.



Para acompañar sus pilas recargables de alto rendimiento, Energizer desarrolló una línea completa de cargadores inteligentes con un microprocesador que monitorea su estado y determina en qué momento debe finalizar el proceso de carga; extendiendo así la vida útil de las mismas. Para cubrir cada necesidad y dar una mejor respuesta, estos cargadores varían su costo según el tiempo de carga de las pilas y presentan diferentes características.

● **Mercedes Benz y el Dakar**

La marca alemana apoyó al Team Palau en la edición del Dakar 2011 que se realizó en Argentina y Chile.

El Team Palau estuvo integrado por el múltiple campeón de MotoCross, el



cordobés Marcelo Sánchez y por uno de los pilotos más jóvenes entre los competidores Lucas Moreno, salteño de 19 años.

Los competidores contaron con el apoyo de Mercedes-Benz, que junto a la agencia Rolcar construyó para ellos un camión de soporte que los acompañó a lo largo de toda la carrera.

El Rally Dakar atravesó las provincias argentinas de Buenos Aires, Entre Ríos, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca, La Rioja y San Juan.



● **Arte Único Branca**

Por tercer año consecutivo se realizó la entrega de Premios Arte Único, del Concurso Fernet Branca Categoría Afiche. Las obras seleccionadas en esta edición -en la que se trabajó bajo la temática "Momentos Únicos", fueron 21.

La ceremonia de premiación, realizada en el Hotel Alvear, contó con la presencia de autoridades de Fratelli Branca, organizadora del evento, quienes afirmaron que la presentación superó las expectativas.

El primer premio lo recibió Danila Moiana (en la foto junto a Hernán Mutti y Ricardo Destéfano, ejecutivos de Fratelli Branca), por su obra 'Fernet Branca a la Bauhaus'; el segundo premio, correspondió a Pablo Matías Gutiérrez, por 'Placer ÚNICO' y el tercero fue para "Momentos Branca", de Silvia Edith Cambarte.

● **Sueños reciclados**

La Fundación Tetra Pak presentó la Aldea de Papá Noel -realizada íntegramente con envases Tetra Brik reciclados y posteriormente intervenidos por el artista Milo Lockett- para que todos pudieran compartir sus sueños



navideños y convertirlos en leche larga vida, en la Plaza de la Flor.

El evento contó con la presencia del Esteban Casares, director de Medio Ambiente y Comunicaciones de Tetra Pak; el artista Milo Lockett e invitados especiales como los niños de la Fundación PUPI, quienes participaron de talleres para fabricar juguetes con envases Tetra Brik.

**Vale la pena trabajar en Kimberly-Clark**

La compañía fue distinguida entre las mejores empresas para trabajar en la Argentina. La empresa obtuvo el 2º puesto en la categoría de más de 1.000 empleados en el ranking que elabora anualmente el Instituto Great Place To Work.

"Es un gran honor para nosotros ser distinguidos por una organización con el prestigio de Great Place To Work Institute. Es una gran alegría que nuestro constante compromiso para generar un excelente ambiente laboral y para contribuir al bienestar laboral y personal de nuestros empleados, sea reconocido", señaló Martín Firmat, gerente general de Operaciones Comerciales de Kimberly-Clark Argentina.

"Somos totalmente conscientes de que nuestros empleados son lo más valioso que tenemos. Es a través de diferentes programas que tienen que ver con la motivación, la capacitación, la remuneración acorde y el balance laboral-familiar que brindamos beneficios para que se sientan sumamente a gusto en la compañía", agregó.



## NUEVAS TASKALFA, EL COLOR PROFESIONAL DE KYOCERA

Por fin,  
el futuro nos trae  
una nueva forma  
de ver el color.

### TASKalfa. El color profesional de Kyocera, pero en tu oficina



- Color profesional a partir de tóner en micro partículas y sistema de auto calibración inteligente.
- El más bajo costo por copia.
- Consumibles ecológicos de larga duración.
- Velocidades de 23 a 50 páginas por minuto.
- Altos niveles de productividad.
- Impresión directa, escaneo a USB y escaneo frente y dorso simultáneo.

### ECONOMICAS, ECOLOGICAS, TECNOLOGIA ECOSYS DE KYOCERA



**TASKalfa**

**KYOCERA**

**BRUNO**

Distribuidor Oficial: BRUNO HNOS. S.A. Tel.: 4362-4700  
Fax: 4361-2052 - Av. Independencia 401 (1099) Bs. As.  
bruno@brunohnos.com.ar - www.brunohnos.com.ar



# Cabaña Argentina sigue invirtiendo y creando



Edifica un frigorífico propio de última generación y lanza nuevos productos reconocidos por su calidad.

La premisa rectora de Cabaña Argentina es respetar una rigurosa trazabilidad, lo que significa estar presente en todo el proceso de producción de sus cerdos, desde la alimentación, faena, depósito, hasta la llegada del producto final a góndola.

Para cumplir y continuar en este camino, en 2010, decidió invertir 500.000 dólares en una Planta de Ex-

trusión y Prensado de Soja, para obtener de manera interna un subproducto altamente nutritivo que integra el compuesto de alimento balanceado que consumen sus cerdos.

Asimismo, siguiendo el plan de crecimiento y expansión, emprendió las obras para la edificación de un frigorífico propio de última generación, con una inversión inicial de 13 millones de dólares.

Como novedad en materia de productos, sumó a su línea de fiambres el nuevo Jamón Crudo Cabaña Argentina, elaborado a partir del pernil de cerdos propios que garantizan una materia prima de la más alta calidad y valor nutricional.

En cuanto a reconocimientos, Cabaña Argentina logró destacarse por su contribución al crecimiento productivo del sector y se hizo merecedora del Premio Dow AgroSciences al desarrollo de las personas en el sector agrope-

cuario en la categoría Empresas, el premio fue recibido por Daniel Fenoglio, presidente de la empresa (foto).

Asimismo, obtuvo para los productos Lomo de Cerdo, Carré de Cerdo Dehuesado, Cuadril y Bola de Lomo el Sello Aprobatorio representativo de un alimento Cardio-Saludable otorgado por la Fundación Cardiológica Argentina.

El año 2010 fue un período de gran contribución al sector educativo y a la responsabilidad social. La compañía se unió a la Fundación Cardiológica Argentina para la realización de actividades destinadas a la creación de conciencia, y desarrolló el concurso escolar 'Educando para una vida saludable', con el objetivo de promover el cuidado de la salud mediante una dieta balanceada y la práctica de la actividad física.

Cabaña Argentina, bajo la firme premisa de brindar Calidad desde el origen, continúa en la búsqueda permanente de la excelencia, tanto en la gestión de su empresa, como en la calidad de sus productos.





# Alimentaria & Horexpo Lisboa

Salón Internacional de la  
Alimentación Hostelería  
y Tecnología para la  
Industria Alimentaria

## 27-30 Marzo 2011

FIL- Feira Internacional de Lisboa



3 Salones,  
Una Gran Feria

+ Oferta + Demanda + Negocio

**Alimentaria**  
**Horexpo**  
**Tecnoalimentaria**

REGÍSTRESE EN NUESTRA WEB:

[www.alimentariahorexpo-lisboa.com](http://www.alimentariahorexpo-lisboa.com)

ORGANIZAÇÃO



Alimentaria Exhibitions



PARCEIROS



MEDIA PARTNERS



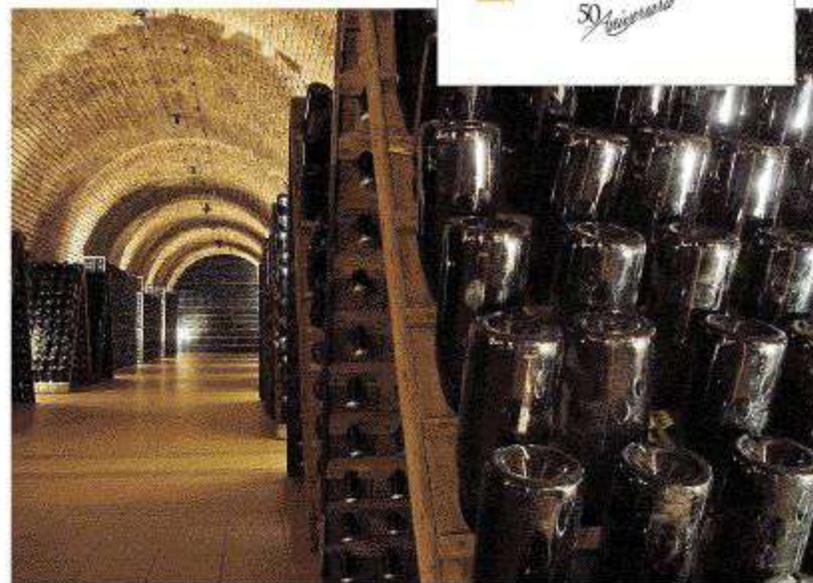
# Los 50 años de Chandón brindando calidad en la Argentina

Mantiene su espíritu pionero y su liderazgo, respetando su herencia francesa y construyendo la tradición de la marca con creatividad.

Todo comenzó en 1958. Después de varios años de profunda investigación en diversos países de Sudamérica, Renaud Poirier, enólogo prestigioso y muy respetado de la región de la Champagne, llegó a la Argentina y se enamoró de Mendoza, por su naturale-



CHANDON  
50 años



za y su enorme potencial cualitativo. Descubrió un terruño de características excepcionales al pie de la cordillera de los Andes, y fue allí donde Moët & Chandon, con espíritu pionero, decidió fundar, en el año 1960, su primera filial fuera de Francia. Ese año se lanzó Chandón, la marca líder de espumantes durante estos 50 años en Argentina.

Durante medio siglo se puso en práctica aquí el conocimiento adquirido en 267 años de historia elaborando

los mejores champagnes del mundo en Francia (Moët & Chandon y Dom Pérignon, 1743). Se plantaron y desarrollaron en Mendoza para elaborar Chandón los mejores viñedos para espumantes de toda América Latina.

“La excelencia es el espíritu de Chandón, es quien la eleva y distingue de todo lo conocido y nos señala el rumbo. Nuestra firme convicción es la búsqueda obsesiva de la calidad, de la perfección milimétrica en cada detalle, del

cuidado profundo de nuestras raíces, desafiando siempre las fronteras cualitativas. A lo largo de los años hemos estado a la vanguardia, innovando permanentemente para sorprender al consumidor con nuevas propuestas, manteniendo la excelencia, la máxima calidad y el cuidado de los detalles”, dijo Ramiro Otaño, director general de Moët Hennessy Argentina.

## La calidad: una obsesión

Con más de 500 hectáreas propias para espumantes y otro tanto proveniente de proveedores tradicionales ubicados en los mejores terruños de la zona alta de Mendoza, Chandón es hoy la principal y más prestigiosa bodega elaboradora de burbujas en Argentina. Su convicción fue siempre la búsqueda incansable de la excelencia y la calidad que desde siempre lo distinguen en su estilo.

En 1959, comenzó desarrollando viñedos de Chardonnay y Pinot Noir de alta calidad. Hoy, 50 años después, uno de cada dos kg. de Pinot Noir y uno de cada tres kg. de Chardonnay que se cultivan en Mendoza, son exclusivos de Chandón y su destino es la elaboración de sus reconocidas burbujas.

12<sup>a</sup> Exposición  
Internacional  
del Envase y Embalaje  
12<sup>th</sup> International  
Packaging Show

7<sup>a</sup> Exposición de  
Maquinaria y Equipo  
para el Procesamiento  
de Alimentos y Bebidas  
7<sup>th</sup> Food and Beverage  
Processing Machinery and  
Equipment Show

Buenos Aires ■ Argentina



Centro Costa Salguero  
Costa Salguero Exhibition Grounds

20 al 23  
septiembre

2011

[www.envase.org](http://www.envase.org)

Organiza / Organizer



INSTITUTO ARGENTINO DEL ENVASE

Av. Jujuy 425 (C1083AAE) Buenos Aires - Argentina  
Tel: (54-11) 4957-0350 y líneas rotativas e-mail: [instituto@envase.org](mailto:instituto@envase.org)  
[www.packaging.com.ar](http://www.packaging.com.ar) [www.envase.org](http://www.envase.org)

Auspicia / Sponsor



ENVASE/alimentek

# Vinos y Bodegas

## ● Dolce y Brut

Santa Florentina ofreció dos espumantes ideales para acompañar los brindis de fin de año.

El Santa Florentina Dolce, 100% torrontés, con un sabor dulce muy especial, ideal para servir junto a aperitivos a base de frutos de mar, salmón, aves y ensaladas combinadas con frutas exóticas. Por su frescura, armoniza perfectamente con postres de chocolate amargo o coulis de críticos. Su espuma se logra a través del método Charmat y posee una graduación alcohólica que no supera los 7 grados.

Elespumante Brut, en tanto, se caracteriza por ser un varietal 100% torrontés.

De sabor fresco y óptima acidez que, sumada al frizante de las burbujas, permiten que se realcen los aromas frutales en boca.



## ● Vinos del Nuevo Mundo

Gracias a las altas calificaciones que Bodega Riglos ha recibido desde sus inicios, tuvo la oportunidad de presentar uno de sus vinos más elogiados -Riglos Gran Corte- en las dos noches donde más de 200 prestigiosas bodegas participaron de uno de los encuentros más importantes del mundo del vino.

La degustación se realizó con motivo del 30º aniversario de "The Wine Experience", la revista Wine Spectator invitó a los mejores representantes del vino del Nuevo Mundo para que muestren la diversidad de productos que existen en la actualidad.

## ● Cocina natural

Bodegas Nieto Seneitiner y Juliana López May invitaron a un deleite gastronómico, de características saludables y naturales, en espacios seleccionados por su calidad y calidez para disfrutar entre amigos.

La reconocida y elogiada chef argentina estuvo presentando su arte culinario en Quimbobó, Mōoi y Bou-



levard Saenz Peña acompañada por la nueva línea de vinos Emilia, elaborada por Bodegas Nieto Seneitiner.

Los comensales eligieron menús especialmente desarrollados en ambientes exclusivos.

## Degustaciones de Alamos en Sette Bacco restaurante

Durante el mes de enero de 2011 el restaurante Sette Bacco, junto a la bodega Catena Zapata, celebraron una serie de degustaciones de los vinos Alamos Selección de Viñedos.

Las degustaciones, guiadas por el sommelier de la bodega, fueron ofrecidas, a modo de agasajo, a los comensales que concurren a cenar al restaurante.

En diciembre de 2003, el chef jujeño Daniel Hansen abrió las puertas de Sette Bacco Ristorante. El nombre se desprende del Sette MoMA, restaurante italiano del Museo de Arte Moderno de Nueva York; y de Baco, dios romano del vino y de la inspiración poética.



Sette Bacco está ubicado en una antigua casona colonial del siglo XIX de grandes espacios, paredes con ladrillo a la vista, bellos y destacados cerramientos de madera y techos altos en bovedilla.

Sette Bacco Ristorante ofrece una carta amplia y generosa que recorre las distintas regiones, cocinas y especialidades de los "genuinos sabores de Italia".

Cuidadosamente diseñada por el chef, se luce con pastas caseras, risottos y pescados preparados con los ingredientes adecuados para cada estación.

La carta de vinos es vasta y variada. Con etiquetas tradicionales y otras por descubrir. Para todos los gustos.

Siempre lo mejor  
y lo mas moderno  
al mas bajo costo



D&M  
Diseño y Marketing  
en equipamientos  
para Supermercados

Desde 1970 al  
servicio de los  
supermercados

Fabrica de heladeras comerciales

**AHORRE HASTA  
UN 50% SU COSTO  
DE ENERGÍA**

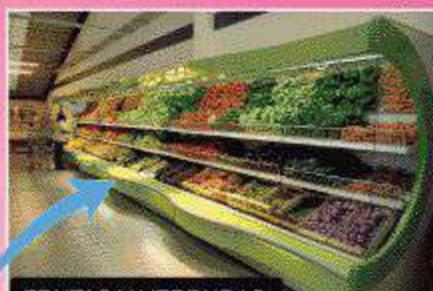


**Y SOLUCIONE  
DEFINITIVAMENTE  
SU PROBLEMA  
DE FRIO**

**EL MEJOR FRIO DE FRANCIA**



**LACTEOS: +2° + 6°C**



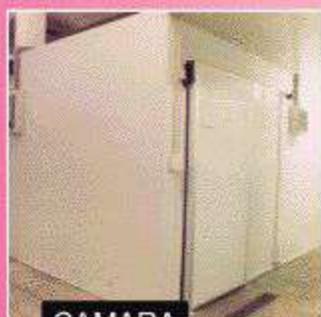
**FRUTAS Y VERDURAS:  
+2° + 6°C**



**FIAMBRES: +2° + 4°C**



**CARNES:  
0° + 0°C**



**CAMARA**



**BC COOLER**



**HAY UN  
TECNICO  
PROINCO  
EN TODAS  
LAS  
PROVINCIAS  
DE  
ARGENTINA**

**PROMOCION ESPECIAL  
DESDE 30/11/10 AL 30/1/11  
¡¡CAMBIE POR PROINCO!!  
TOMAMOS SUS EQUIPOS USADOS COMO  
PARTE DE PAGO POR SU NUEVA  
CENTRAL DE FRIO**



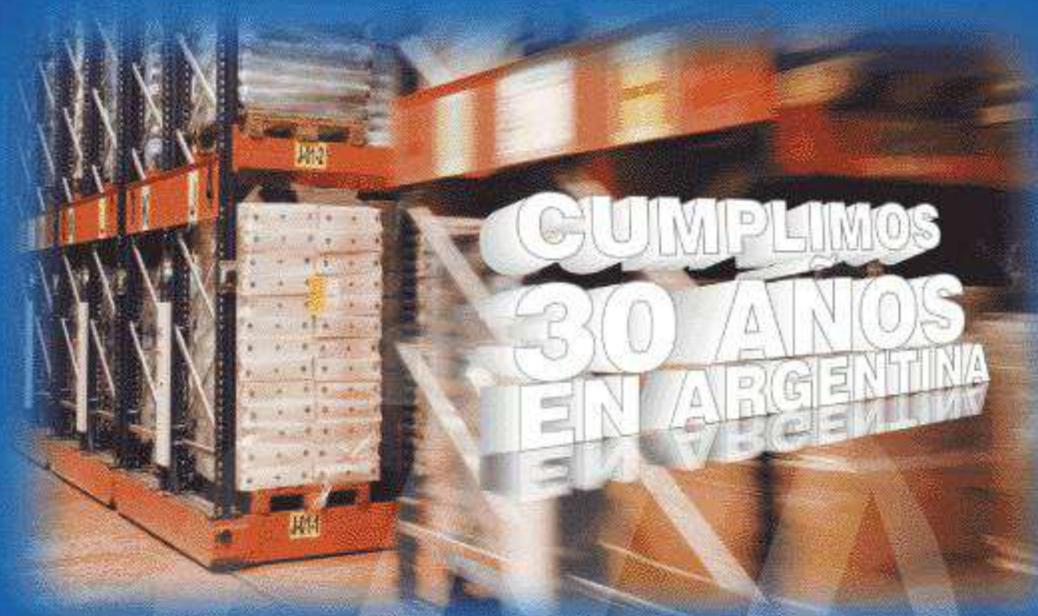
**MINIMA INVERSION / MAXIMO RENDIMIENTO**



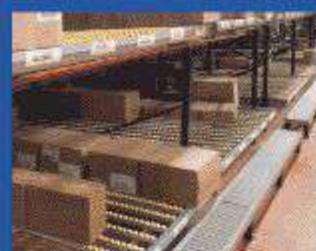
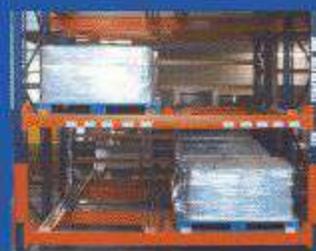
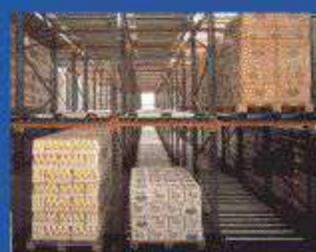
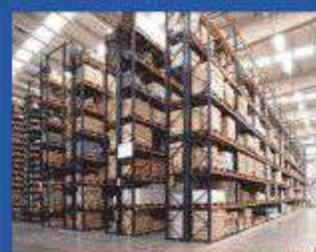
PROINCO Sudamericana S.A. :Pelliza 4477 - Munro (1605) Buenos Aires/e-mail:contacto@proinco.com.ar/  
www.proinco.com.ar/visitenos con cita previa acordada a los tel.:4756 - 2424/4762-2608



# MECALUX



**Liderando  
la innovación tecnológica  
en sistemas de almacenamiento**



Actualice sus catalogos  
por producto  
visitando nuestra  
pagina web  
[www.mecalux.com.ar](http://www.mecalux.com.ar)

 **MECALUX**

Administración y Ventas: Boulogne Sur Mer 2538

Fabrica: Av. De los Constituyentes 2540

Tel.: (011) 4006-4444

Tel.: (011) 4713-4400

E-mail: [mecalux@mecalux.com.ar](mailto:mecalux@mecalux.com.ar)

V. Maipú - ( B1651BGP ) San Martín

V. Maipú - ( B1651BDU ) San Martín

Fax: (011) 4006-4400

Internet: <http://www.mecalux.com.ar>