

# CAS & FASA

La revista de los SuperArgentinos



¡NUEVA!



Te presentamos la nueva **LECHE LA SERENÍSIMA MULTIDEFENSAS**, una combinación de vitaminas A, C, D, E y Zinc, que ayudan a reforzar tus defensas!



¡REFORZÁ TUS DEFENSAS!



## El complejo panorama del retail nacional

**E**n el editorial anterior reflexionábamos sobre cuántas cosas habían cambiado, dramáticamente, en pocos días; casi dos meses después el asombro continúa y la preocupación aumenta. En un rápido repaso de los temas que más preocupan a nuestro sector, independientemente de lo referido a la salud, en un indiscutido primer lugar, la economía y las consecuencias negativas de la pandemia son el foco de atención de todos, de los supermercadistas, de sus proveedores y de los consumidores, sin dejar de lado al Gobierno, que indiscutiblemente ocupa un rol central.

Si analizamos la demanda, vemos que salvo en marzo y abril, donde se registró un repunte causado por la situación de emergencia, el resto del año siguió mostrando un bajo nivel de consumo, producto del bajo poder adquisitivo de la población. El panorama futuro no es alentador, la presión alcista de los precios va tomando mayor velocidad, a pesar del férreo control que ejercen las autoridades nacionales, provinciales y municipales, en todo el país.

Las empresas proveedoras tratan de imponer nuevas listas con aumentos de precios, cambian las condiciones comerciales a su favor, modifican los productos para evadir los controles, en fin, recurren a todo lo conocido para poder mantener su margen de rentabilidad ante los aumentos de costos que, sin lugar a dudas, están sufriendo.

Por nuestra parte, planteamos la imposibilidad de convalidar aumentos (explícitos o encubiertos) que no podamos trasladar a los precios de góndola. Nuestros márgenes de rentabilidad son mínimos o inexistentes en muchas categorías.

No se puede desconocer que existe una inflación reprimida, oculta por las medidas de control, que en algún momento saldrá a la luz. Mientras tanto hacemos todo lo que está a nuestro alcance para colaborar en una batalla muy desigual, No somos los formadores de precios, pero lamentablemente somos quienes deben transmitirle a los consumidores que los pesos que tienen en el bolsillo, cada vez valen menos.

Ante este panorama sombrío, la presión fiscal adquiere un carácter difícil de tolerar, más aun, si todo indica que el Gobierno piensa resolver los problemas económicos que nos afectan a todos, con la vieja e inútil receta: crear nuevos impuestos o aumentar los ya existentes.

Innumerables experiencias demuestran que de crisis muy profundas se puede salir aliviando la presión fiscal. Consideramos que es un tema que debe ser analizado en profundidad, para poder pensar que alguna vez enfrentaremos seriamente alguna de nuestras recurrentes crisis.

Enfrentar con realismo el tema impositivo tiene dos virtudes, por un lado impulsar las actividades productivas, por otro lado, es una forma muy eficiente de atacar otra cuestión que nos preocupa profunda y crecientemente: la evasión fiscal.

La economía informal corroe el sistema económico, somos uno de los sectores que más lo sufren día a día, y vemos que lejos de disminuir, esta creciendo en forma alarmante.

La informalidad tiene muchos efectos perniciosos sobre la economía, uno de los más graves es la precarización del trabajo. El desempleo crece de manera alarmante como resultado de la emergencia sanitaria, la paralización de muchas actividades y el cierre de empresas han llevado los índices de empleo a niveles bajísimos, como pocas veces vio en la Argentina.

El panorama es complejo y ciertamente preocupante, nuestros costos siguen subiendo y los ingresos se mantienen en niveles de una situación de emergencia como la actual.

Las cuestiones de seguridad, además de preocuparnos por las amenazas de todo tipo que se ciernen sobre nuestros colaboradores y sobre nuestros clientes, también generan mayores costos, difícilmente recuperables con un consumo tan deprimido como el actual.

Es innegable que esta situación nos ha cambiado la vida, debemos adaptarnos a los cambios, la revolución digital ya se estaba gestando, pero explotó como resultado de la pandemia. El trabajo en casa y la venta on-line, han llegado para quedarse.

El e-commerce se transformó en una realidad en pocos días, hoy ya les una alternativa más para nuestros clientes. Siempre surge algo bueno, aún de las situaciones mas dramáticas.

A cuidarse y esperar que la vacuna llegue lo antes posible.



**Ricardo Zorzón**  
Presidente de CAS



**Victor Palpacelli**  
Presidente de FASA



PUBLICACION OFICIAL DE LA  
CAMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS  
Y DE LA FEDERACION ARGENTINA  
DE SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS  
VIAMONTE 342 - 2º y 3º (C1053ABH) CABA  
Tel. línea principal: 011 5352 9999  
Tel. secretaria: 011 5235 0878  
Director: Lic. Fernando Aguirre

Año 22 - Edición N° 193

### CAMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS (CAS) Comisión Directiva 2018 - 2020

**Presidente:** Ricardo Zorzón  
**Vicepresidente:** Héctor Alberto Escribano  
**Secretario:** Gustavo Grillo  
**Prosecretario:** Jorge Aguirre  
**Tesorero:** José Blanch  
**Protosorero:** Jorge Testa

#### Vocales titulares:

Alberto Beltrán, Felipe Kohn,  
Emir Omar, Javier Cardini

#### Vocales suplentes:

Mariano Martín  
Olga Itatí Sánchez, Laura Kobrinsky  
Diego Reboredo

#### Comisión Revisora de Cuentas:

Eduardo Antoniazzi, Guillermo Schiavoni,  
Romina Ferreyra, Marcelo Schwarzstein, Esteban Benitez

#### Presidente honorario:

Dr. Ovidio Bolo

Administrador general: Dr. Pedro Antonio Oroz

[www.cas.com.ar](http://www.cas.com.ar) • [secretaria@cas.com.ar](mailto:secretaria@cas.com.ar)

### FEDERACION ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS (FASA)

### Comisión Directiva 2019 - 2021

**Presidente:** Victor Palpacelli - Cámara de Córdoba  
**Vicepresidente:** Ricardo Zorzón - Cámara del Chaco  
**Secretario:** Julio Varela - Grupo 2000  
**Prosecretario:** Laura Kobrinsky - Centro Concordia  
**Tesorero:** José Blanch - Cámara de Córdoba  
**Protosorero:** Mariano Martín - Cámara de Rosario

#### Vocales titulares:

Jorge Testa - CAS  
Alberto Escribano - CAS  
Carlos Werlen - CAPYMEF  
Omar Fanaro - CAS  
Emir Omar - Rosario Compras

#### Vocales suplentes:

Sergio Rossi - Agrupación Giro Vital  
Joaquín Bonitatibus - Agrupación Bahía ACE  
Guillermo Saccomani - Cámara de Tucumán  
Diego Reboredo - CODISER

#### Comisión Revisora de Cuentas:

Javier Cardini - Cámara de Rosario (titular 1º)  
Sergio López - Cámara de Rosario (titular 2º)  
Ricardo Carboni - Grupo 2000 (titular 3º)  
Carlos Ragusa - Cámara de Rosario (suplente 1º)  
Gustavo Grillo - CAS (titular 2º)

#### Presidente honorario:

Dr. Ovidio Bolo

Administrador general: Dr. Pedro Antonio Oroz

[www.fasa.com.ar](http://www.fasa.com.ar) • [secretaria@fasa.com.ar](mailto:secretaria@fasa.com.ar)

**Editor de CAS & FASA:** Lic. Fernando Aguirre  
**Diseño:** María Estela Canta Arias  
Tel.: 011 5218 9786 - Cel.: +54 9 11 - 5565 5432  
[faguirre@cas.com.ar](mailto:faguirre@cas.com.ar) - [revista@cas.com.ar](mailto:revista@cas.com.ar)  
<https://www.revista.cas.com.ar/>



### 03 Editorial

### 06 CAS y FASA hicieron las reuniones de julio y agosto por Zoom

### 10 Precios Santafesinos



### 12 La familia Gutiérrez es sinónimo de supermercadismo

### 18 Supermax vuelve al barrio

### 20 Una ilusión que sigue creciendo

### 22 Cordiez cumplió 50 años

### 27 Kilbel inauguró boca express



### 28 Zorzón recibió a Capitanich

### 30 Tonadita: calidad certificada



### 32 Lheritier Argentina, amplia variedad de productos saludables

### 38 Soluciones inteligentes de Epson



### 40 Arney Argentina anunció un importante proyecto de inversión

### 46 Negocio cercano, una interesante propuesta de CAME

### 48 Impresoras de etiquetas color

### 52 El amonio cuaternario gana espacio por su efectividad

### 54 Sponsor POP se reinventa

### 56 Programas de entrenamiento



### 58 Súper digitales en zonas rurales

### 60 The Inspired Home en agosto



### 62 Presentes se hizo virtual

### 64 Breves

### 66 Análisis

# Intercambiá documentos

con tus socios comerciales de forma simple y accesible



Nueva plataforma **EDI-GS1:**

- Segura y confiable
- Rápida y precisa
- Clara y amigable
- Interoperable
- Con mesa de ayuda las 24 hs.

**Sumate!**



# CAS y FASA hicieron las reuniones de julio y agosto por Zoom

Con una importante participación de supermercadistas de todo el país, la Cámara y la Federación trataron los temas de la actualidad que preocupan a todos, generando interesantes debates.

**L**a Cámara Argentina de Supermercados (CAS) y la Federación Argentina de Supermercados (FASA) recurrieron a la tecnología para llevar a cabo sus habituales reuniones de comisiones directivas conjuntas y ampliadas, en el marco de la emergencia sanitaria resultante del COVID-19.

La reunión llevada a cabo el 23 de julio y la siguiente, celebrada el jueves 20 de agosto, contemplaron una serie de temas que ocupan lugares relevantes en las agendas de los supermercadistas de todo el país.

Entre esos temas vale destacar los informes y los debates

subsiguientes sobre los Precios Máximos establecidos por el Gobierno Nacional y la renovación / evolución del programa Precios Cuidados.

Allí se destacaron los reportes aportados por los asociados sobre quita de bonificaciones, desconocimiento de acuerdos comerciales, demoras en la provisión de productos alimenticios y artículos de limpieza, cuantificación e incipiente desabastecimiento de productos esenciales.

También se informó detalladamente sobre las múltiples gestiones realizadas con los funcionarios del Ministerio de Desarrollo Productivo, en particular, en la Secretaría de Comercio Interior de la Nación. Otro punto destacado de esta parte de la reunión fue el detalle de la reuniones llevadas a cabo con COPAL – Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios-, Mastellone y Paladini.

Otro de los temas enfocados fue lo relativo a las consultas efectuadas por los socios en relación al Decreto PEN N° 418 / 2020, que crea un Régimen Especial de Compensación para las ventas a consumidores finales de productos lácteos, con IVA al 0%.

JUEVES 23 DE JULIO

ACTIVIDAD PREVIA A LA REUNION



### Charla de Damián Di Pace

- Situación económica del país.
- El panorama del retail, consumo, precios
- Situación de las empresas del sector.
- Relación supermercados/proveedores
- Perspectivas futuras

Vía Zoom el Jueves 23 de Julio, 12.30 hs., antes de las reuniones de Consejos Directivos de CAS y FASA

UN EVENTO EXCLUSIVO PARA LOS SOCIOS DE;



### Charlas previas

En la reunión de julio se concretó el primero de una serie de eventos que se irán sucediendo en los encuentros futuros, consistente en que antes del comienzo formal de cada reunión se realice una charla corta, con un especialista invitado, sobre temas de interés para los socios.

La primera charla estuvo a cargo del licenciado Damián Di Pace, reconocido especialista en consumo, quien analizó el panorama actual del retail, el consumo y los precios.

la situación de las empresas del sector y la relación con sus proveedores. Antes de despedirse, Di Pace trazó un panorama del futuro que se puede avizorar para el retail en Argentina.

Cabe destacar que pocos días después de la presentación en el evento de CAS y FASA, Di Pace presentó su nuevo libro: "Economía de a Pié", una guía clara y práctica para sortear los obstáculos que la coyuntura económica de Argentina le presenta a las finanzas de sus habitantes y de las empresas.

A lo largo de seis capítulos, esta obra enseña a lidiar con la inflación, a elegir entre las alternativas de inversión disponibles y a conocer las estrategias de marketing que utilizan muchas empresas para vender más.

### Ventas directas por parte de los fabricantes

Se informó sobre los avances de las ventas directas a consumidores finales por parte de importantes proveedores del retail por intermedio de plataformas y páginas de Internet. Algunos casos analizados fueron los de Unilever, Mastellone, Paladini, Nestlé, Domecq, Coca Cola, Arcor, entre otros.

También se trató la Renovación de la Promoción del Banco Nación, con un descuento del 20% para todos los días miércoles del mes de agosto de 2020, con aportes iguales del 10% por parte del Banco y de los asociados.

¡Síguenos en redes!

**arcoiris**  
SUPERMERCADOS

**¡LAS MEJORES OFERTAS, SIEMPRE!**

<b>ROSARIO</b> Av. Jorge Newbery y Av. Real / Santa Fe	<b>GÁLVEZ</b> Belgrano 532 / Santa Fe	<b>TOTORAS</b> 9 de Julio y Bv. Colón / Santa Fe
<b>PÉREZ</b> San Martín 1043 / Santa Fe	<b>FUNES</b> San José 1845 / Santa Fe	<b>ARROYO SECO</b> L. de la Torre y San Martín / Santa Fe

WWW.SUPERMERCADOSPREMIUM.COM

JUEVES 20 DE AGOSTO

## ACTIVIDAD PREVIA A LA REUNION

### INFORME DE COYUNTURA

- LA SITUACION ECONOMICA
- EL CONSUMO
- LOS PRECIOS
- EL RETAIL BAJO PRESION
- LO QUE SE VIENE.

**Oswaldo Del Río**  
Director de Scentia

**scentia** | knowing how

En la reunión de agosto el conferencista invitado fue Oswaldo del Río, director de Scentia, quien analizó la situación económica del país y del retail, en base a la información que produce la consultora que dirige.

Según el especialista, los números del consumo en los primeros siete meses del año mostraron una caída en enero y febrero, luego una fuerte suba en marzo y en abril que fue disminuyendo en los meses siguientes, hasta llegar a julio con valores bastante deprimidos.

“Para el resto de 2020, -dijo Del Río-, lo que esperamos es que sigan los planes de asistencia social y que eso se vuelque hacia los consumos básicos. Pero los salarios no se van a recuperar en lo inmediato, hay rubros muy golpeados y reducción de sueldos”.

### Advertencia sobre la política de precios

CAS y FASA emitieron un comunicado que logró amplia repercusión en los medios y en diversos estamentos de la sociedad, donde advierten sobre la gravedad de la situación que se está generando.

El contenido del documento es el siguiente: “El supermercadismo PyME y las Cadenas Regionales Argentinas están sufriendo un proceso de desabastecimiento debido a las actitudes discriminatorias de sus proveedores, por eso las entidades que los representan requieren la urgente intervención de los organismos gubernamentales correspondientes.

Los supermercados y autoservicios regionales argentinos, rechazamos ser la variable de ajuste de la industria proveedora, cuando pretende aplicar aumentos de precios no autorizados por las autoridades nacionales, o cuando modifican las condiciones de venta eliminando bonificaciones y/o descuentos, o cuando tratan de aplicar cargos adicionales por costos que siempre estuvieron contemplados en el precio final de los productos, como es el caso de los costos logísticos.

Hemos denunciado reiteradamente

estas actitudes a las autoridades nacionales, porque además de no respetar lo establecido por la reglamentación vigente, en muchos casos son claramente discriminatorias hacia nuestros asociados de todo el país. Las condiciones de venta que se quiere imponer a los supermercados PyMEs no son las mismas que se aplican a las grandes cadenas extranjeras y/o nacionales.

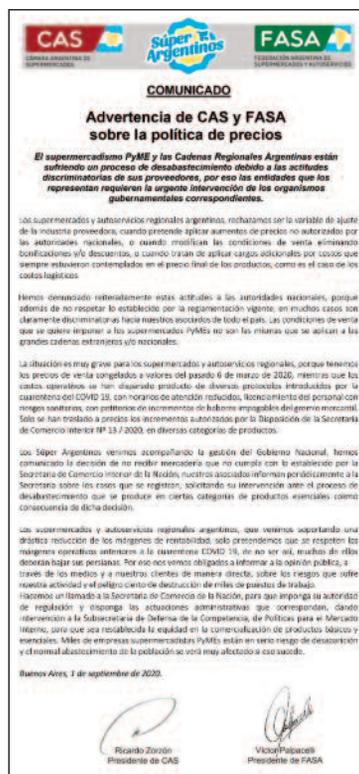
La situación es muy grave para los supermercados y autoservicios regionales, porque tenemos los precios de venta congelados a valores del pasado 6 de marzo de 2020, mientras que los costos operativos se han disparado producto de diversos protocolos introducidos por la cuarentena del COVID 19, con horarios de atención reducidos, licenciamiento del personal con riesgos sanitarios, con petitorios de incrementos de haberes impagables del gremio mercantil. Solo se han traslado a precios los incrementos autorizados por la Disposición de la Secretaría de Comercio Interior N° 13 / 2020, en diversas categorías de productos.

Los Súper Argentinos venimos acompañando la gestión del Gobierno Nacional, hemos comunicado la decisión de no recibir mercadería que no cumpla con lo establecido por la Secretaría de Comercio Interior de la Nación, nuestros asociados informan periódicamente a la Secretaría sobre los casos que se registran, solicitando su intervención ante el proceso de desabastecimiento que se produce en ciertas categorías de productos esenciales como consecuencia de dicha decisión.

Los supermercados y autoservicios regionales argentinos, que venimos soportando una drástica reducción de los márgenes de rentabilidad, solo pretendemos que se respeten los márgenes operativos anteriores a la cuarentena COVID 19, de no ser así, muchos de ellos deberán bajar sus persianas. Por eso nos vemos obligados a informar a la opinión pública, a través de los medios y a nuestros clientes de manera directa, sobre los riesgos que sufre nuestra actividad y el peligro cierto de destrucción de miles de puestos de trabajo.

Hacemos un llamado a la Secretaría de Comercio de la Nación, para que imponga su autoridad de regulación y disponga las actuaciones administrativas que correspondan, dando intervención a la Subsecretaría de Defensa de la Competencia, de Políticas para el Mercado Interno, para que sea restablecida la equidad en la comercialización de productos básicos y esenciales. Miles de empresas supermercadistas PyMEs están en serio riesgo de desaparición y el normal abastecimiento de la población se verá muy afectado si eso sucede.

Firman Ricardo Zorzón y Víctor Palpacelli, presidentes de CAS y de FASA, respectivamente.



sin  
azúcar

# Sierra de los Padres



PRESENTA

## LA EVOLUCIÓN DEL SABOR

bajo  
sodio



1.5  
Litros

500  
ML



/aguasierradelospadres



/aguasierra



/aguasierradelospadres

www.aguasierradelospadres.com



# Precios Santafesinos, una interesante propuesta que se amplió

**E**l gobierno de la provincia de Santa Fe extendió el programa **Precios Santafesinos** hasta el 30 de septiembre. En agosto se habían sumado diez productos a la lista, que de esa manera pasó a estar integrada por 115 artículos.

Según expresó el secretario de Comercio de la provincia, Juan Marcos Aviano, el objetivo del programa es buscar mayor accesibilidad y mejores precios para los consumidores en un marco de crisis económica por el impacto de la pandemia.

“Es una variada oferta y sirve como referencia para que haya opciones al consumidor. Se los puede encontrar en supermercados, almacenes y kioscos”, dijo el funcionario.

Por su parte, Sergio López, presidente de la Cámara de Supermercadistas de Rosario, indicó que existe bastante diferencia de precios respecto de los otros productos que están fuera del programa: “Las diferencias van de un 10 a un 15 por ciento”, comparó.

En tanto, valoró la importancia de tener competencia con los productos que se elaboran en la provincia: “Eso ayuda a que nuestros productores enfrenten de mejor manera este momento tan complicado”, agregó.

En agosto se sumaron 10 productos al listado anterior, lo que conforma un total de 115 en la actualidad, hasta fines de septiembre y luego se prevé su renovación.

Además, señaló que en el marco de la pandemia es conveniente que no exista demasiada movilidad y optar por los productos que se elaboran en la región es una buena idea.

## Participación de la Cámara de Supermercados de Rosario

El anuncio se realizó en la sede de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Rosario (CASAR), que es uno de los actores principales desde el sector privado en el





“Si una empresa no puede sostener el precio nosotros negociamos con otra. Los productos están bien identificados en los supermercados y comercios de cercanía. Por otro lado, hemos tomado la decisión de no incluir nuevas listas por los aumentos de precios”.

### Nuevos productos y portal en Internet

Por su parte, Aviano agregó: “La novedad es que se incorporaron artículos sin Tacc como turrone, y también infusiones, fiambres de frigoríficos de la provincia que están empezando a promocionar y vender a precios competitivos con los de las principales firmas de ese rubro”.

“Las listas se conversan entre las dos cámaras de supermercados de la provincia, también con cámara de mayoristas de Rosario y con los fabricantes, que se incorporan como proveedores del programa presentando sus

ámbito del consumo masivo.

Los integrantes de la entidad contribuyen con más de 150 bocas de venta de autoservicios, supermercados y almacenes en toda la provincia, a lo que se suman más de 70 quioscos entre Rosario y Santa Fe.

Sergio López, presidente de CASAR expresó: “Vemos que un programa de precios es muy positivo. Hasta ahora no se habían registrado aumentos. Recién ahora con la renovación de agosto habrá algunos cercanos al 3 o 4%”.

listas con precios que les permitan al minorista trabajar con un margen de rentabilidad razonable para poder seguir operando e invirtiendo”, subrayó.

La nueva etapa, lanzada en agosto, presenta un nuevo portal interactivo para que se inscriban las empresas proveedoras y para que los locales minoristas y mayoristas puedan ser ubicados por georeferenciación.



**DESDE 1974  
DEFENDIENDO AL SECTOR  
SUPERMERCADISTA**

Urquiza 3434 | CP 2000 Rosario | Rep. Argentina  
Teléfono: 0341- 4355865 | Web site: [www.casar.org.ar](http://www.casar.org.ar)  
Facebook: Camara de Supermercados Rosario  
E-mail: [Info@casar.org.ar](mailto:Info@casar.org.ar) | Publicación Oficial: Revista Smercado



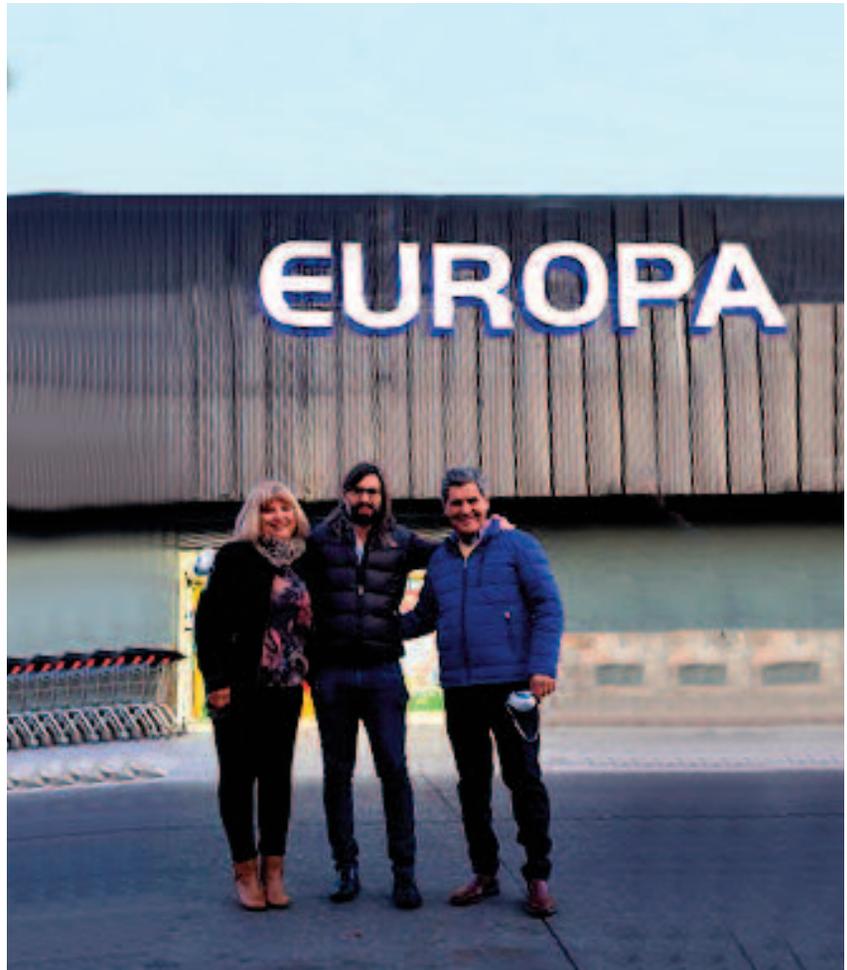
# La familia Gutiérrez es sinónimo de supermercadismo

“Los sabios dicen que los logros no son aquellas cosas que hemos logrado obtener en la Vida sino, los obstáculos que tuvimos que superar para llegar a lo que hemos logrado”. De esta forma se resume la historia de vida de una familia que supo construir una empresa que es un ejemplo para el retail nacional

**E**uropa, el principal supermercado de la ciudad de Villa Mercedes, provincia de San Luis, con 25 años de trayectoria, reinauguró recientemente un local que fue parcialmente destruido por un incendio.

La puesta en marcha de la sucursal fue una buena oportunidad para dialogar con los integrantes de la familia Gutiérrez y de la empresa familiar Europa Supermercados, quienes reconocen y agradecen el esfuerzo y la dedicación de sus creadores, Ángel Gutiérrez y Elva Susana Nieva, quienes son la permanente guía para el desarrollo comercial de la firma.

“Nuestra organización ha sabido rodearse de gente idónea, con conocimientos claros y precisos, con asesoramiento profesional, planificando e interactuando con sus clientes para conocer sus necesidades e inquietu-





des, pero, por encima de todo, utilizando las herramientas más acertadas para lograr la perdurabilidad de la compañía”, dice Angel Gutiérrez.

Europa es una empresa familiar que invierte constantemente en capacitación para su personal y en la formación de sus directores, guiados por los valores definidos y expresados en la Visión y Misión de sus fundadores.

“Estamos en pleno proceso de confección de nuestro primer Protocolo Familiar, para la formalización de pautas y la perdurabilidad de la firma. Para este proceso contamos con la asesoría de la firma Asesores de Empresas Familiares y en forma directa de su director titular, el licenciado Daniel Hofmann”, agrega Angel Gutiérrez.

### La emergencia sanitaria

La dotación actual de la boca reconstruida es de 42 personas, 15 de las cuales se incorporaron recientemente para optimizar y agilizar el servicio de atención en los sectores de Carnicería y de Fiambrería. La línea de cajas cuenta con seis puestos de atención al cliente. De esta forma se totalizan 150 familias las que vivimos de Europa y por Europa.

Todas las bocas de la compañía cuentan con el servicio de entrega a domicilio, el que fue reestructurado y mejorado para atender la creciente demanda generada por el aislamiento social impuesto por la cuarentena. Para la venta on-line Europa cuenta con su página web: [www.supermercado-seuropa.com.ar](http://www.supermercado-seuropa.com.ar), donde funciona un carrito de compras virtual desarrollado con la empresa Naiwork.

Gabriela Gutiérrez, directora de Administración y Finanzas de la firma indica que en todas las bocas de la cade-

na se realiza la cobranza de impuestos y servicios a través de Pago Fácil y/o Rapipago, una actividad que próximamente será implementada en la sucursal reinaugurada.

Diego Gutiérrez, director de Logística y del Centro de Distribución, es el responsable de planificar y coordinar el transporte y distribución de mercaderías entre las distintas bocas.

Con respecto a la emergencia sanitaria dice: “Los directivos de Europa hemos exigido a los responsables de Higiene y Seguridad (internos y externos) su máxima dedicación y preocupación para el cumplimiento de todas las normativas y la necesaria y completa capacitación de todos los empleados, como pilar de la gestión comercial y tranquilidad del personal y de nuestros clientes.

Los sistemas de protección aplicados actualmente son: En los ingresos a salones de ventas, depósitos, oficinas, etc. contamos con sanitizantes adquiridos en la Empresa Grupo Abba. También se instalaron alfombras sanitizantes para desinfección de la suela de calzados.

“Hemos colocado numerosos dispensers de alcohol en gel en diversos sectores del salón de ventas, cajas y accesos. En el Sector de Verdulería, disponemos de dispenser de guantes descartables para la manipulación de frutas y verduras, para los clientes que deseen autoservicio en lugar de la asistencia de un empleado del sector”, detalla Diego.

En los sectores de carnicería, verdulería, fiambrería, panadería y las cajas se demarcaron los pisos con vinilo, para que resulten fácilmente visibles las distancias que deben respetar los clientes, durante la espera previa a la atención.





“En el Sector de cajas -agrega Diego- hemos instalado divisores/separadores de acrílico, para protección de empleados y clientes. También se han instalado estos divisores/separadores en el sector de recepción y atención al cliente”.

En toda la provincia de San Luis rige la obligación del uso de tapabocas por lo cual, en todos los accesos al supermercado está indicada la exigencia de ingresar con dicho elemento debidamente colocado.

Los guardias verifican esta exigencia en los accesos y, también invitan a los clientes a recibir un rociado en las manos de alcohol diluido (70/30).

### Recorriendo la sucursal

Ernesto Gutiérrez, director Comercial de Europa relata los difíciles momentos vividos mientras recorre las flamantes instalaciones: “Lamentablemente el 5 de Marzo de este año sufrimos un lamentable siniestro, un incendio que afectó a la sucursal ubicada, en la calle Pedernera 736, en la zona céntrica de Villa Mercedes, un local de 800 m<sup>2</sup>”.

El siniestro afectó la sala de máquinas, una parte del depósito y un sector del salón de ventas provocando una gran cantidad de hollín, humo y partículas que se esparcieron sobre las góndolas y la mercadería.

“Siendo nuestra segunda boca en

importancia en la ciudad -agrega Ernesto-, nos propusimos reconstruirla y reabirla a la brevedad pero, recién pudimos lograrlo a mediados de Junio. Las limitaciones, prohibiciones y restricciones por riesgos sanitarios, impuestos por la cuarentena del Coronavirus, retrasaron nuestras expectativas para una pronta reapertura”.

Guillermo Gutiérrez, director de Desarrollo Comercial, responsable del nuevo layout desing y coordinador general del proceso de reconstrucción dijo: “Ocupando con góndolas los pasillos intermedios (que

las separaban y dividían el salón en dos partes), se aumentaron los espacios para exhibición disponibles y se amplió el espacio de circulación entre góndolas, acorde a lo dispuesto en los Protocolos de Covid19. De esta forma, con góndolas linealmente más extensas, es posible realizar un recorrido rápido y unidireccional, considerando que el cliente debe permanecer el menor tiempo posible en el salón”.

La renovada boca de Europa ha quedado dividida en tres grandes sectores: 1) Limpieza y Perfumería; 2) Ha-

### Proveedores de primer nivel

Los principales proveedores para la reconstrucción y remodelación de la boca céntrica siniestrada de Europa fueron: la empresa Arneg proveedora de la central de frío (afectada en su totalidad por el incendio) y dos bateas refrigeradas, más grandes que las anteriores, para el sector de carnicería.

Friotec SRL, por su parte, fue la proveedora de las puertas térmicas que permitirán economizar el consumo de energía, mientras que Alpres Refrigeración tuvo a su cargo la provisión de insumos de refrigeración. En el salón de ventas, donde circularán Carros/Changos de Feasa, estarán instaladas las góndolas y los porta precios de Industrias Lam.

En cuanto a los diseños y la gráfica digital con impresión, estarán a cargo de la firma Naixwork, mientras que Next Print proveerá la cartelería corpórea para el frente de la sucursal.

Para manejar un tema de gran importancia para el salón de ventas, como es la Iluminación, la familia Gutiérrez confió en IBA – Iluminación Buenos Aires, empresa proveedora de los artefactos y accesorios de la tecnología más avanzada.

rinas, Aceites, Leches y Derivados; 3) Bebidas.

Otras áreas que se remodelaron y ampliaron fueron: Carnicería, Verdulería y Fiambrería. En estos sectores se concentró la exhibición para ampliar el área de espera para los clientes, considerando las disposiciones de distanciamiento social (acorde a lo dispuesto en los protocolos de Covid-19).

Proyectos y planes futuros

Para lo que resta del año 2020, Europa no tiene proyectada la apertura de nuevas bocas u otras Inversiones estructurales. Actualmente se encuentra en proceso de remodelación y acondicionamiento de la Casa Central, que se prevé finalizar en el mes de Octubre de este año.

“En Noviembre festejaremos nuestro 25º Aniversario con importantes acciones promocionales, ofertas especiales por el mes aniversario y eventos artísticos-musicales (si las circunstancias de la pandemia lo permiten). Como broche de oro y para premiar la fidelidad de nuestra clientela, sortearemos y entregaremos un automóvil 0 km”, detalla Ernesto.



iluminación buenos aires

## FABRICANTE DE ARTEFACTOS DE ILUMINACIÓN

Iluminación comercial para supermercados, mayoristas, homecenter y tiendas departamentales.

Centro Industrial Florida Oeste - Pte. J. A. Roca 4250 Florida Oeste  
Tel/Fax: +54(11)4709-2420/4838-0720 - [www.iba.com.ar](http://www.iba.com.ar)





# Volviendo al barrio, Supermax inauguró la sucursal 14

El local abierto por la cadena correntina, que cuenta con un moderno salón de ventas de unos 300 m<sup>2</sup>, ofrece un surtido ideal para las compras de cercanía.

**S**upermax concretó la inauguración de su décimo-cuarta sucursal, ubicada en el barrio Camba Cuá de la ciudad de Corrientes, en Don Bosco 1139 (entre San Martín y Bolívar).

La nueva boca, que cuenta con un salón de ventas de 300 m<sup>2</sup> y da empleo a 25 personas, posee estacionamiento propio y es otro paso en el plan de expansión de la cadena correntina, que también está presente con dos locales en la vecina provincia del Chaco.

La sucursal apunta a la compra de reposición, y completa el abanico de propuestas comerciales que brinda la cadena, que incluye opciones para compras planificadas, en tiendas con salones de venta con superficies que van desde los 600 a los 1.200 m<sup>2</sup> y surtidos más amplios.





Contará con las categorías rotisería, panificados, carnicería, limpieza además de productos de almacén. Por apertura realizarán un sorteo de cinco changos llenos de mercadería.

La cadena Supermax cuenta ofrece la posibilidad de comprar online en su propia página web.

### Destacada cadena provincial

Con el recientemente inaugurado ya son 11 los locales en la ciudad de Corrientes ubicados por: avenida 3 de Abril 1047; por Pellegrini 767; por San Juan 902; por Junín 1637; por San Lorenzo 1371; también por avenida Pujol 1929; por avenida Maipú 143; por Sarmiento 2525, por avenida Paysandú 4138, por Gutenberg 3370.

También hay otra sucursal camino a Santa Ana por ruta 43 y otro más en Resistencia en la avenida Alberdi 170.

El festejo por la inauguración tuvo como broche de oro el sorteo de 5 changos repletos de mercadería entre los clientes, además de promociones y descuentos especiales.

En los próximos meses, Supermax tiene prevista la apertura de otras tres sucursales, todas dentro de la provincia de Corrientes, dando continuidad a su estrategia de posicionamiento.

**SUMATE A UNA PROPUESTA SUPERADORA**

**CENTRO DE DISTRIBUCION**

**TE OFRECEMOS:**

**COMPRAS DIRECTAS**

**FACIL ACCESO**

**TODOS LOS SERVICIOS**

**CRECEMOS JUNTOS, SUMANDO ESFUERZOS**

Ruta 34 - Km 225 - Rafaela - Santa Fe - Telefax : (03492) 441357/58  
[www.girovital.com.ar](http://www.girovital.com.ar) - [adgeneral@girovital.com.ar](mailto:adgeneral@girovital.com.ar)  
 encontramos en facebook como supermercadogiro

# NUEVA SUCURSAL

la Ilusión  
EXPRESS 24 HS

## Una Ilusión que sigue creciendo

La apertura de una nueva boca Express de La Ilusión Supermercado, en Bahía Blanca, reafirma la voluntad de invertir que caracteriza a la familia Fitterer.

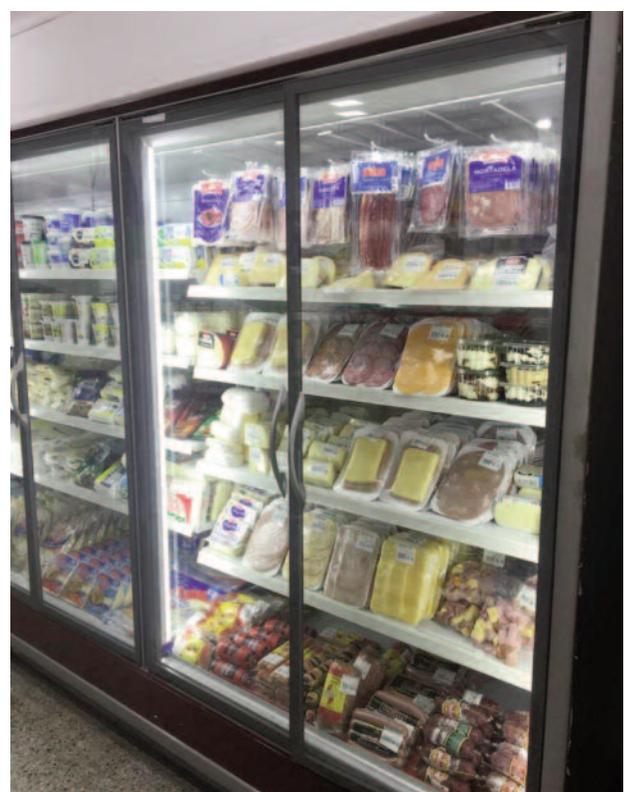
La inauguración de un nuevo local en plena pandemia es una gran noticia, por eso la apertura de La Ilusión Express 2, en la esquina de Alem y Perú, en la ciudad de Bahía Blanca es un acontecimiento que vale la pena destacar.

Claudio Fitterer, titular de la empresa familiar a cargo del supermercado, destaca que las enormes dificultades que atraviesa el país no lograron desactivar sus proyectos de inversión: “Además del local Express N° 2, estamos preparando la apertura del N° 3 en la calle Pilmayquén”.

“Estos locales se suman a nuestro primer local del mismo formato, inaugurado en el año 2019, La Ilusión 24 hs. Express 1, en Alsina 353 y lógicamente a nuestra casa madre de formato tradicional, ubicada en O´O´Higgins 624, todos en la ciudad de Bahía Blanca”, destaca Fitterer.

“Durante 20 años de trayectoria hemos evolucionado hacia nuevos conceptos y formatos, nuestra política de ofrecer al cliente el mejor servicio en todo momento, nos hace referentes del segmento Express 24 hs. y únicos en la ciudad”, agrega el empresario.

“Confiamos en el formato Express, con bocas que no su-





Claudio Fitterer y su esposa Marina.

peran los 100 metros cuadrados, que nos permiten manejar convenientemente los costos fijos, en este modelo la logística es de fundamental importancia”, describe.

“Por eso -agrega- estamos trabajando para crear nuestro propio centro de distribución, desde allí abasteceremos a las cuatro tiendas. Con especial énfasis en las comidas preparadas, que llegarán a las bocas ya envasadas, con una oferta muy amplia y con un estricto control de calidad”.

### Una empresa familiar

“La nuestra es una empresa netamente familiar, por un lado está mi señora Marina, que hace un aporte destacado en la parte administrativa, junto a los dos pilares fundamentales, mis dos hermanos, Jesús y Abel”, describe Fitterer.

“Jesús está en la parte de depósitos, mientras que en administración y compras está Abel: Si bien somos es una empresa familiar PyME, pensando en grande, empleamos procedimientos altamente profesionalizados orientados totalmente al servicio, a eso le agregamos un sólido proyecto para seguir expandiéndonos en la ciudad”, resume.

“Hoy tenemos una estructura chica, pero muy eficiente, compuesta por unas 30 personas, un equipo que fuimos integrando a lo largo de 20 años de intenso trabajo y total dedicación”, finaliza Claudio Fitterer”.

# delbeepalclick

Preparate para lo que viene



(54-11) 4556 4700  
info@gs1.org.ar  
www.GS1.org.ar

**Sumate!**



**El mundo cambió. Tu negocio también**  
GS1 conecta los puntos para digitalizar tu empresa

# Cordiez cumplió 50 años de fructífero esfuerzo en el retail

La rica historia de la empresa creada y desarrollada durante medio siglo por la familia Brasca es un verdadero ejemplo para los emprendedores argentinos. Nacida en Córdoba, fue creciendo hasta llegar a tener 39 locales, en tres provincias.

**E**n agosto de 1970, abrió sus puertas Supermercados Brasca Hermanos, así comenzó una larga historia dedicada al supermercadismo que ya cumplió 50 años de éxitos.

Siempre fuimos una familia de comerciantes”, dice Ricardo Brasca, uno de los fundadores de la firma.

“En los años 30, -agrega- mi abuelo tuvo un almacén de ramos generales en el Barrio Ferreyra. En los 70, luego de que, con mi padre, Pascual y mi hermano Carlos nos apartáramos del negocio de la producción del carbón; decidimos abrir nuestro primer autoservicio, en el mismo lugar que comenzó mi abuelo. Tiempo después se sumó al negocio, mi hermano menor, Daniel”.

En 1984 y ya con 7 sucursales, los Brasca tomaron la decisión de asociarse a la ya conformada Cooperativa Cordiez Ltda. En 1995, siendo ya una cadena con 14 sucursales en diferentes puntos de Córdoba, se cambió la figura societaria conformando CYRE S.A.

Los años posteriores, significaron para la organización continuar con el proyecto de expansión, no sólo en el territorio cordobés, sino también con proyección nacional. Es así que también desembarcan en las provincias de Catamarca y Santiago del Estero.

## Una época difícil

“Después de los saqueos del año 2013, nos volvimos a levantar con el acompañamiento de nuestros colaboradores; y en el 2014, a cuerdas de donde

comenzamos por primera vez; abrimos las puertas de la primera sucursal de Mercamax en Barrio Ituzaingó”, relata Ricardo Brasca.

“Hoy, contamos con cerca de 1.000 colaboradores, con 39 sucursales, y las mismas ganas de seguir trabajando y creciendo, como hace 50 años atrás”, remarca el empresario supermercadista.

“A lo largo de la historia argentina, transitamos y vivimos todas las épocas y crisis del país. Sin dudas, la realidad regional y nacional; influyeron directamente en nuestro sector. Pese a eso, desde nuestra empresa nos aferramos a nuestros valores: el esfuerzo, el trabajo y el compromiso de cada colaborador, fueron los pilares para seguir siempre adelante”, detalla Brasca.

## Una decisión acertada

“El año 1984 estuvo marcado por el retorno a la democracia en Argentina. El panorama económico resultaba fluctuante e incierto. En medio de ese contexto, decidimos sumarnos a la ya conformada Cooperativa Cordiez, no sólo para integrar el pool de compras que nos posicionaba en un lugar en donde podíamos ser más competitivos en materia de precios, sino también por el acompañamiento que la cooperativa proporcionaba. El mismo se basó en el intercambio de ideas y opiniones, el aprendizaje sobre el cálculo de los volúmenes de compra y el acceso a mejores condiciones comerciales”.

## Las fortalezas

“Sin dudas, la visión de mi papá y la pasión supermercadista que nos supo inspirar, sentó las bases para el cre-

Ricardo Brasca



## **“Todos los logros alcanzados por la organización, a lo largo de 50 años, no hubieran sido posibles sin el compromiso y el esfuerzo de nuestros colaboradores”, Darío Brasca.**

cimiento sostenido de nuestra empresa. Él siempre apuesta al futuro de la mano del valor del trabajo; en una permanente búsqueda de la superación”, dice Darío Brasca presidente de la empresa.

Darío reconoce que todos los logros de la organización durante 50 años no hubieran sido posibles sin el compromiso y esfuerzo de sus colaboradores”.

### **Protocolo familiar**

Actualmente Darío Brasca está a cargo de la presidencia de CYRE SA, la empresa que gestiona junto a sus hermanos Natalia y Emiliano, quienes participan como miembros del Directorio.

Oportunamente se desarrolló un protocolo familiar y sumado al constante diálogo existente como familia empresaria, siguen trabajando y decidiendo en base a sus valores y objetivos en pos del crecimiento de la empresa firma.

“Desde hace muchos años, -describe Ricardo mis hijos Darío, Natalia y Emiliano trabajan activamente en la empresa. Iniciaron realizando tareas de tipo operativas, que les sirvieron para conocer el negocio y entender en profundidad la dinámica del supermercado. Progresivamente fueron adquiriendo mayores responsabilidades y participando de la toma de decisiones en la organización”.

“En los últimos años, -agrega- llevamos adelante un proceso en el que para mí era fundamental integrar a mis hijos en el equipo directivo, pero sin dejar de acompañarlos, para que ellos pudieran aportar a la estrategia; la innovación, el conocimiento y sus visiones a futuro”.

### **Una empresa, dos banderas**

CYRE SA cuenta actualmente con 39 sucursales con dos banderas: Cordiez, con 30 sucursales y Mercamax, con 9 bocas. Las dos banderas buscan estar cerca de sus clientes con dos propuestas de servicio diferenciadas.

Cordiez, que trabaja con 7.200 referen-

cias, responde a una propuesta de supermercado tradicional, con un amplio surtido, tanto de productos secos, como de perecederos.

Mercamax, en tanto, fue creada en 2014 con el objetivo de dar respuesta a la necesidad de contar con una propuesta de venta con el formato mayorista/minorista de proximidad.

El surtido de Mercamax apunta a una elevada rotación, está conformado por unas 1.600 referencias, con escasa participación de productos frescos.

### **Los proyectos en el entorno de la pandemia**

Mirando al futuro, Darío dice que está prevista la apertura de dos nuevas sucursales, pero debido a la difícil situación económica que ya afectaba al país, acrecentada por el contexto de la pandemia, los proyectos se vieron demorados en su concreción. “Es un momento difícil para todos, pero seguimos trabajando arduamente para estar cada vez más cerca de nuestros clientes”, detalla.

“Lo sucedido a nivel mundial, -agrega- nos llevó a repensar rápidamente nuestros planes de acción. La prioridad pasó a ser garantizar el normal funcionamiento de la empresa. Trabajamos sobre las mejoras y la eficiencia de nuestros procesos internos, con el claro objetivo de reducir costos, y sin afectar el nivel de servicio. Para esto, creamos un Comité de Emergencia que diseñó un estricto protocolo ante el COVID-19, marcando los lineamientos para seguir operando con una dotación de casi mil colaboradores, bajo las estrictas normas de prevención y seguridad en nuestro ámbito de trabajo”.

“Además, -explica- en un tiempo récord de 10 días, nuestro equipo de trabajo lanzó la plataforma E-commerce y la Venta Telefónica, que le permitió a los clientes la posibilidad de abastecerse desde la seguridad de su propia casa”.

Si bien los proyectos a los cuales la empresa había apostado a mediano y largo plazo se vieron ralentizados por el contexto económico que viene atravesando el país; la firma continúa con el desarrollo del proyecto arquitectónico de un nuevo Centro de Distribución y gestionando los trámites para dotar de servicios básicos al predio.

“En lo que respecta a las expectativas para este año, -explica Darío- pese a que el sector supermercadista viene transitando una tendencia en caída en los últimos cinco años, con un consumo que no se activa,



**Darío Brasca**

sumado a la recesión agravada por la pandemia; nosotros seguimos trabajando arduamente para continuar operando como actividad esencial”.

## Dura competencia

Córdoba es una provincia donde operan prácticamente todos los jugadores del retail, los internacionales, las cadenas nacionales, cadenas regionales y mayoristas.

Al respecto, Darío dice: “Somos conscientes que la Provincia de Córdoba tiene muy diversificada la competencia en el rubro supermercadista, por lo que día a día continuamos trabajando para alcanzar los precios más competitivos, ofrecer distintas y convenientes modalidades de pago, además de apostar por un amplio surtido de primeras y segundas marcas”.

“También -remarca- proponemos grandes ofertas semanales, y nos presentamos como una propuesta de proximidad, atendiendo a las necesidades del consumidor. Para ello buscamos mejorar los niveles de atención y servicio al cliente, esperando que su experiencia de compra en nuestros supermercados, alcance los mejores índices de satisfacción”.

“En nuestras dos marcas, operamos con segmentos de públicos exigentes, inteligentes en sus decisiones de compra. El precio es la prioridad, pero, además esperan una experiencia satisfactoria. Consideramos que el diferenciador, será el servicio, en consonancia con el precio que tanto se busca”.

“El contexto de por sí es complicado, pero como empresa tenemos el desafío de seguir desarrollando y capacitando a nuestros colaboradores; para que la experiencia de compra sea altamente satisfactoria”.

“Previo a la pandemia, teníamos planificado desarrollar nuestra plataforma de e-commerce, con el objetivo de brindarle al cliente un nuevo servicio, que era cada vez más demandado. Pero el contexto nos llevó a acelerar el proceso y nos impulsó a desarrollar rápidamente la plataforma. En sólo 10 días, ya estábamos operando por el

Natalia Brasca

canal electrónico. Nuestros equipos de Sistemas, Comercial y Proyectos Estratégicos continúan trabajando para seguir perfeccionando nuestro canal on-line”.

## El contexto actual

Según Ricardo, el contexto lleva a que el consumidor planifique sus compras y busque productos de segundas y terceras marcas. En el último tiempo, los hábitos de consumo cambiaron: las personas en sus casas tienen más tiempo para actividades como cocinar, por ejemplo. Ello se tradujo en un incremento de la participación de categorías de productos destinados a la elaboración de comida casera, repostería, etc.

“Nosotros no cambiamos el mix de productos. Fueron los clientes, con sus nuevos hábitos, quienes configuraron un mix diferente”, resume.

Por su parte, Darío agrega: “El contexto post pandemia resulta incierto, no sabemos cómo, o cuándo, va a terminar. Si consideramos que en 2019 los índices de pobreza alcanzaron a 16 millones de personas, y le sumamos una situación actual marcada por la desocupación, todo influye en el consumo y por ende en nuestra actividad”.

“La reactivación del consumo dependerá de las decisiones que el Gobierno tome de aquí en adelante”.

“Una vez que la situación nacional haya superado el contexto pandémico al cual nos enfrentamos actualmente, consideramos que la experiencia de compra será tan fuerte en el nivel virtual como en el físico, y hay que entender que no son dos cosas aisladas, sino que forman parte de una misma realidad, a la cual como empresa debemos adaptarnos y no podemos desatender”.

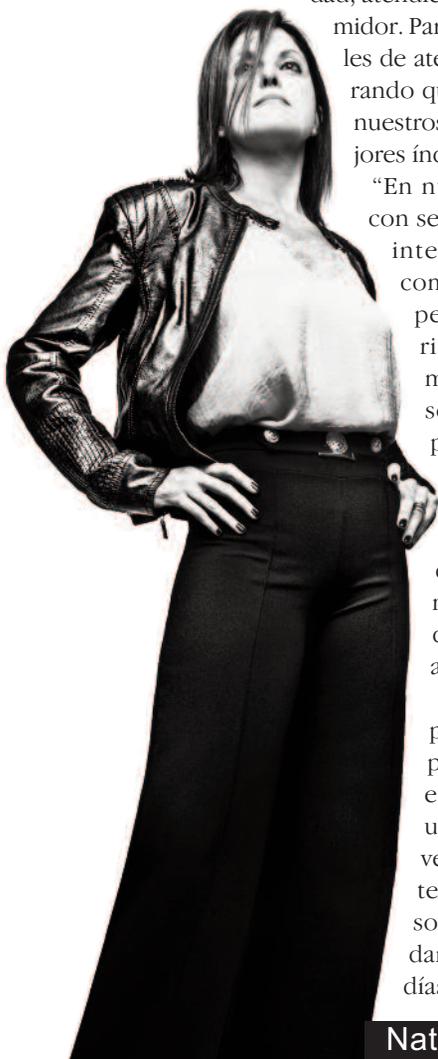
Hoy en día, la elevada tasa de inflación, la falta de crédito, la presión impositiva, la informalidad, son factores que afectan significativamente la actividad comercial del sector supermercadista.

“Es difícil decir cuál es el más perjudicial, pero consideramos que, para sostener una empresa local, y familiar, la presión impositiva y la informalidad son los que más nos afectan”, finaliza Ricardo.

Emiliano Brasca



**Buscamos mejorar los niveles de atención y servicio al cliente, esperando que su experiencia de compra en nuestros supermercados alcance los mejores índices de satisfacción”, Darío Brasca.**



# UNA SOLUCIÓN INTELIGENTE Y COMPACTA HACE LA DIFERENCIA EN EL PUNTO DE VENTA



## SOLUCIONES ROBUSTAS PARA PUNTO DE VENTA



TM-T20II



TM-M30



TM-T88VI-DT2



TM-T900FA

**P**MÁS**S**IBILIDADES

[www.epson.com.ar](http://www.epson.com.ar)



epsonlatinoamerica



epsonlatinoamerica



@epsonlatin



@epsonlatinoamerica

**EPSON**<sup>®</sup>  
EXCEED YOUR VISION

# Kilbel inauguró una boca express en el shopping Puerto Plaza

La cadena supermercadista dirigida por Maximiliano Kilgelmann formará parte del innovador proyecto situado en el corazón del puerto de la ciudad de Santa Fe.



**K**ilbel Supermercados abrió al público las puertas de un nuevo local bajo el formato “express”, en el corazón del puerto de la ciudad de Santa Fe.

La nueva sucursal de la cadena Kilbel funciona en Puerto Plaza, un innovador proyecto del grupo inversor Torre Puerto Santa Fe, situado en el ingreso al Dique 2 del Puerto, que va a contar 60 locales comerciales, 130 cocheras, diferentes servicios vinculados con la salud, propuestas comerciales y gastronómicas, belleza y tecnología para el hogar, entre otros.

La ceremonia de inauguración contó con la presencia del presidente de “Torre Puerto Santa Fe”, Antonio Tabanelli, de la directora comercial, María José Correa y del presidente de Kilbel Supermercados, Maximiliano Kilgelmann, junto a los equipos de ambas empresas que trabajaron arduamente para alcanzar el objetivo propuesto.

Luego de la apertura, Correa sostuvo que la inauguración no fue una decisión al azar, considerando que el supermercado es una actividad esencial.

Correa dijo que junto con Maximiliano Kilgelmann, consideraron que era el momento indicado para emprender este desafío y sostuvo, “cuando se lo planteamos a la gente de Kilbel automáticamente nos dijeron que sí, refirmando que estábamos en el camino correcto”.

# Vigente

CONSERVAS



AGROINDUSTRIAS LA ESPAÑOLA S.A.  
RUTA NAC. 143 Y RUTA PROV. 165 - TEL.: 0260-4497106  
(5603) CAÑADA SECA - SAN RAFAEL - MENDOZA.  
[www.vigente.com.ar](http://www.vigente.com.ar) - [info@agroindustrias.com.ar](mailto:info@agroindustrias.com.ar)



PRODUCTO  
ELABORADO  
EN SAN RAFAEL  
MENDOZA  
ARGENTINA



# El gobernador Capitanich visitó el campo de Ricardo Zorzón

Durante las actividades de la inauguración de una ruta provincial, recorrió el establecimiento del presidente de CAS, destacando las características del emprendimiento.

**E**l gobernador de Chaco, Jorge Capitanich, habilitó, junto a Mauro Leiva, intendente de General José de San Martín, 22 kilómetros de ripio en las rutas provinciales N°3 y N°7 del Paraje “La Aurora”. Además, visitó el Campo Zorzón, donde recorrió la producción de cría de ganado bovino, granja porcina y hortícola.

Acompañaron al gobernador y al intendente local, el ministro de la Producción, Industria y Empleo, Sebastián Lifton, el administrador de la Dirección de Vialidad Provincial (DVP), Hugo Varela y el subadministrador de la DVP, Alberto Navarro.

“Estas obras significan la integración del Campo Bermejo, La Aurora y Campo Araoz, la posibilidad de conectar con la Escuela de Agricultura Familiar, y atender la demanda de la población rural” dijo el mandatario.

## Un establecimiento modelo

Durante la recorrida por el Campo Zorzón, junto al propietario Ricardo Zorzón, Capitanich visitó espacios

de cría de ganado bovino en sistema de potreros con rotación y manejo. También, visitó la granja porcina y la producción hortícola. Toda la producción es comercializada en los supermercados Zorzón a través de los cuales la empresa fue integrando la cadena alimenticia, desde el campo hasta la góndola. “Queremos que la agroindustria sea símbolo del Chaco

**“Creemos en la industrialización, porque eso es lo que genera empleo y viviendas dignas, promovidas y propiciadas por empresarios comprometidos con el bienestar de la gente”, dijo Capitanich.**

en la Argentina, símbolo de recuperación de la economía en el país y por eso, trabajamos junto a productores, empresarios”, resumió.

El mandatario destacó el trabajo de este emprendimiento modelo agrícola ganadero de excelencia que brinda trabajo rural y viviendas a 26 personas. “Es un emprendimiento que trabaja a través de una técnica de utilización de segmentación de 60 lotes con 59 días en un proceso de en-

gorde con pastura natural y con una fuerte inversión en infraestructura hídrica, vial, regulación del sistema de acumulación de aguas en excesos y en los déficit y los mecanismos regulación de la pastura natural para tener una producción de muy buena calidad” detalló.

Capitanich ponderó la inversión y visión de los empresarios nacionales en la región para generar empleo y afirmó que el modelo de agroindustria al que se apunta es aquel que integre campo, industria, valor agregado tecnología, economías del conocimiento, procesos productivos, ca-

pacitación y trabajadores dignos.

“Creemos en la industrialización porque eso es lo que da empleo y vivienda digna, promovida y propiciada por empresarios comprometidos con el bienestar de la gente”, expresó.

“Apoyamos a los empresarios del Chaco y sus trabajadores, para que tengan educación, trabajo y dignidad porque lo que queremos es una Argentina digna, unida y solidaria”, agregó el gobernador Capitanich.

NUEVO LOGO

NUEVO PACKAGING

MAYOR CALIDAD

# Felpita®

Papel Tissue

LA CALIDAD, QUE SE VE Y SE SIENTE

© Disney



Descubrí  
**TECNOVACIÓN**

la nueva  
calidad

Renovación del logo y de los packaging con líneas más delicadas, que transmiten la suavidad y resaltan el gofrado. Mayor transparencia para mostrar los exclusivos decorados y la calidad superior del nuevo papel Felpita.

Descubrí la línea completa en [www.felpita.com.ar](http://www.felpita.com.ar)

Los productos **Felpita** son el resultado de la combinación de materias primas de calidad y el uso de las mejores tecnologías.

  @FelpitaArg

Oficinas Av. del Libertador 6966 Piso 1 · C1429BMP Ciudad Autónoma de Buenos Aires — Argentina  
Planta Ruta Pcial. N° 41 y Ruta Nac. N° 7 · B6720EGA San Andrés de Giles — Buenos Aires — Argentina  
Teléfono [+54 11] 4782.3787 · [+540 2325] 44.0800 Email [info@psag.com.ar](mailto:info@psag.com.ar) [www.psag.com.ar](http://www.psag.com.ar)

  
Papelera San Andrés de Giles

# Certificación que avala la calidad

Luego de un arduo trabajo en equipo, Elcor logró la mayor certificación en la industria alimentaria, posicionándose no sólo como la fábrica de manteca más tecnificada en Sudamérica, sino también como una de las más exigentes en calidad.

**L**a certificación se basa en un esquema que establece los requisitos que debe cumplir un sistema productivo, desde el ingreso de la materia prima hasta la obtención del producto terminado, para conseguir un alimento inocuo.



## ¿Qué es FSSC?

FSSC 22000 (Food Safety System Certification, sus siglas en Inglés) es un esquema de certificación basado en los requerimientos de las normas

ISO 22000, ISO/TS 22002 y Requisitos Adicionales para fabricantes de alimentos.

Este esquema de certificación está reconocido internacionalmente por la Iniciativa Global de Seguridad Alimen-

taria, internacionalmente conocida como GFSI (Global Food Safety Initiative), siendo ésta una red global dirigida por sus miembros e integrada por representantes del sector de alimentos.

En las juntas ejecutivas de GFSI participan representantes de compañías líderes del sector de alimentos, como McDonald's, Danone Group, Wal-Mart Stores Inc., entre otros. Asimismo, a sus comités de trabajo han asistido representantes de Coca Cola Company USA, Wal-Mart USA, Starbucks Bélgica, Kraft Foods Germany, Cargill USA, Carrefour Group Francia, Costco Wholesale USA, entre otros.

## ¿Qué es un alimento inocuo?

La inocuidad de un alimento es la garantía de que no causará daño al consumidor, cuando sea preparado o ingerido y de acuerdo con

el uso a que se destine.

La inocuidad es uno de los cuatro grupos básicos de características que junto con las nutricionales, organolépticas y comerciales componen la calidad de los alimentos.

**Tonadita**

El sabor que hace especial cada mañana

Elaborado por: **ELCOR** S.A.

Caudillos Federales 1899 - CP 5900 - Villa María  
Córdoba - Argentina - Tel.: 54 0353 - 4520400 [www.elcor.com.ar](http://www.elcor.com.ar) [f /tonadita](https://www.facebook.com/tonadita)

# Tonadita®



Sumá el sabor  
del cheddar  
a tus comidas



Fetas sabor

# Cheddar



Libre  
de Gluten

Caudillos Federales 1899 - CP 5900 - Villa María  
Córdoba - Argentina - Tel.: 54 0353 - 4520400

[www.elcor.com.ar](http://www.elcor.com.ar)

 /tonadita

Elaborado y envasado por:

**ELCOR**.S.A



# Lheritier Argentina, con una amplia variedad de productos saludables

**A** lo largo de más de 12 décadas, Lheritier Argentina S.A. ha construido una sólida imagen y un aquilatado prestigio en base a una amplia cartera de productos de máxima calidad, una característica que prima en toda la oferta de la compañía desde su inicio hasta la actualidad.

La empresa, siempre abocada a la búsqueda de la excelencia en todas sus líneas, ha puesto todo su esfuerzo en responder a las demandas del consumidor, invirtiendo en tecnología, control de calidad, seleccionando rigurosamente las materias primas, buscando en cada uno de los eslabones de la cadena productiva los máximos estándares de calidad.

El propósito fundamental de Lheri-

La tradicional firma llega a los puntos de venta con una extensa cartera que cubre una buena parte de las demandas de alimentos de los consumidores.

tier Argentina es lograr la satisfacción de sus clientes a través del desarrollo, elaboración y comercialización de productos de máxima calidad.

Con ese fin, la compañía lanza nuevos productos y propuestas innovadoras, orientadas hacia diversos segmentos de consumidores.

## Infusiones a base de malta

A partir del permanente compromiso con la alimentación saludable que rigió las acciones de la empresa, Lheritier decidió apostar por la malta, creando una infusión instantánea que proviene de la cebada.

Se trata de un cereal ideal para el consumo de toda la familia, que entre otros atributos se destaca por no contener cafeína, ya que proviene del grano de la cebada, que naturalmente no la contiene.

Dentro del porfolio de productos estratégicos de la firma se encuentra la línea El Pocillo y Malta Maltifé, que son infusiones naturales a las que no se les agrega ningún tipo de aditivos ni conservantes en su proceso de producción.

# El pocillo

Desayunos y meriendas  
saludables para toda la familia

**MALTAS • ENDULZANTES**



maltaelpocillo



elpocillomalta

www.lheritier.com.ar

La familia de Malta El Pocillo, incluye también las variantes Malta El pocillo Niños y Malta El Pocillo con Leche.

Años atrás, contemplando las necesidades de la alimentación de los argentinos, Lheritier decidió fortificar Malta El pocillo, incorporando Vitaminas del grupo B, A, D y minerales im-

**La malta, preparada como infusión y mezclada con leche es un producto muy noble, que no posee aditivos ni conservantes y es apreciado por constituirse en una fuente de energía natural.**

prescindibles para una dieta completa, tales como el Hierro y el Zinc.

De esta manera, una taza de 200 ml de infusión, preparada con Leche, aporta el 20% de la ingesta diaria recomendada de vitaminas y el 5% de los minerales.

Por otro lado, el consumo de las vitaminas del grupo B resulta esencial para el metabolismo y para el correcto funcionamiento del sistema nervioso. En ese sentido, Malta El Pocillo contiene vitamina B9 (Ácido fólico), recomendada para las mujeres embarazadas o en etapa de lactancia.

La vitamina A, en tanto, ayuda en la formación de los tejidos blandos y por su parte, la vitamina D es esencial para el proceso de desarrollo y fortalecimiento de los huesos y para reforzar

las defensas.

Avalada por la Fundación Cardiológica Argentina, Malta El pocillo es una infusión ideal para consumir con leche, tanto en el desayuno, como en la merienda, por niños y adultos, incluyendo a deportistas.



**Endulzantes libres de gluten**

Con el objetivo de continuar expandiendo su marca estratégica El pocillo, la compañía, lanzó una línea completa de endulzantes líquidos y en polvo en sus versiones sucralosa, stevia y clásico.

Otro lanzamiento utilizando la marca Lheritier, es el endulzante dietético a base de azúcar, sucralosa y stevia, que se presenta en envase Doy-pack con cierre Zipper.

Este producto aporta un 50% menos de calorías que el azúcar.

Un importante y distintivo atributo

que dispone toda la línea de endulzantes El pocillo y Lheritier es que se trata de productos libres de gluten (sin TACC), una característica muy valorada por las personas que requieren alimentos libres de gluten.

**Las virtudes del maní, en una barraita**

El tradicional postre de pasta de maní Lheritier es un producto que se distingue por su reconocida calidad.

Se trata de una barraita elaborada a base de pasta de maní, azúcares, aceite interesterificado 0% trans, proteínas de huevo y aditivos permitidos. Es un alimento totalmente libre de gluten, que no contiene colesterol.

Más del 50% de la composición del postre es maní, un fruto que aporta vitamina E, -que actúa como antioxidante-, además de vitamina B y valiosos minerales como el Magnesio.

Las proteínas vegetales, una de las fuentes de nutrientes más importantes para el cuerpo humano, se encuentran concentradas en el maní.

Con respecto al colesterol, en las barraitas se suman



do s características que potencian y resaltan su atractivo como alimento saludable, por un lado, el maní posee propiedades que interfieren en la absorción del

**El pocillo** **¡PACKS OFERTA!** *¡La opción más rica y saludable!*



# Postre de Maní LHERITIER



Libre de gluten



[www.lheritier.com.ar](http://www.lheritier.com.ar)

colesterol “malo”.

Por otro lado, al tener 0% de grasas TRANS, generan un hábito de consumo saludable dado que son estas materias grasas las impiden la elevación de los niveles del denominado colesterol “bueno” (HDL).

Además cabe destacar la muy baja cantidad de sodio existente en las barritas, algo muy beneficioso para mantener normales los niveles de presión sanguínea.

Considerando que además de ser una excelente fuente de energía rápida, la barrita es muy sabrosa, se convierte en un compañero ideal para que los chicos la lleven en la mochila, pensando en los ocupados días del próximo regreso a clases.

**Novedades en otras líneas**

Prácticamente en todas sus líneas de productos Lheritier presenta noveda-



des, en golosinas donde brillan sus marcas estratégicas Pico Dulce y Baby Doll, con una amplia variedad de productos como chupetines, caramelos,

**Prácticamente en todas sus líneas de productos, Lheritier presenta novedades en forma constante.**

**En golosinas, donde brillan las marcas estratégicas Pico Dulce y Baby Doll se destaca el reciente lanzamiento de Confis.**

gomitas, chicles, se destaca Confis, un reciente lanzamiento que se presenta en tres variedades: maní con chocolate confitado; cereal con chocolate y maní con chocolate.

Otros lanzamientos de Lheritier Argentina son productos vinculados con el concepto de fortalecer el desayuno y la merienda: Leche en polvo Lheritier descremada y entera, Galletitas Lheritier mini crackers en tres variedades (Salvado, 5 Semillas y Sándwich) y Galletitas Pepas Lheritier con dulce de membrillo.

Cabe destacar también las líneas compuestas por Capuccino Bessone estilo Italiano y la Bebida en Polvo Pico Dulce, que se presenta en tres sabores: Naranja, Manzana y Multifruta.

Un párrafo aparte merece el reconocido porfolio de productos para las Fiestas de Navidad y Año Nuevo, donde se destaca la línea de turroneos y

confituras Lheritier, junto a los panificados: Pan Dulce y Budines Lheritier y Bessone.

Además, LheritierArgentina es proveedora de materias primas para la industria de alimentos, como es el caso de la heladería y la repostería, donde ocupan una posición de liderazgo la pasta Anastasia y las Salsas Dulces Lheritier.



# LHERITIER

Postre de mani



Endulzante dietético a base de azúcar, sucralosa y stevia.

Leche en polvo

Presentaciones 200 g • 350 g • 800 g



MINI CRACKERS  
3 variedades x 120 g



Galletitas Dulces  
Pepas  
con mermelada de Mandarina  
200 g / 400 g



WWW.LHERITIER.COM.AR

# Soluciones inteligentes de Epson para puntos de venta

La compañía ofrece soluciones ágiles, versátiles y muy confiables para todo tipo de puntos de venta, permitiendo el incremento en el flujo de operaciones y mejorando la experiencia de los clientes en las instalaciones, tanto en las gestiones de pagos, como en los pedidos.



**L**as soluciones para puntos de venta que ofrece Epson se adaptan fácilmente a cualquier modalidad de trabajo. Esto resulta muy importante en circunstancias como las actuales en las que existen severas limitaciones de capacidad en los locales como producto de la emergencia sanitaria.

Como resultado de dichas limitaciones, los comercios están recibiendo gran cantidad de pedidos a través de diversos canales digitales, dando origen a lo que se conoce como la omnicanalidad.

La oferta incluye tanto soluciones completas, como el T88VI DT2, una PC industrial que integra un impresora, como equipos que permiten no sólo impresión tickets, sino también la integración de dispositivos móviles para facilitar la gestión de pedidos y pagos en los puntos de atención.

## Modelo EPSON TM-T20II



La TM-T20II es una impresora de tickets para puntos de venta, de alta velocidad de impresión y función de reducción automática del papel. Su combinación de alta velocidad de impresión (200 mm/s), gran fiabilidad y funcionamiento económico, hacen de esta impresora, calificada como Energy Star, un equipo imprescindible para tiendas pequeñas, tiendas especializadas, establecimientos hoteleros de pequeño tamaño, entre otros. Conectividad flexible para dos modelos: 1) USB + serial 2) USB + Ethernet.

## OmniLink T88VI-DT2

La segunda generación OmniLink DT2 es una solución compacta, potente y silenciosa diseñada para ser utilizada como PC-POS tradicional, POS móvil o ser integrada en un sistema de quiosco o autoservicio

que exigen la máxima durabilidad y confiabilidad.

Utiliza el sistema operativo de Windows®

10 IoT o Linux® y está disponible con procesadores Celeron®, Core™ i3 o Core™ i5. OmniLink DT2 es

una computadora que imprime recibos a una velocidad extraordinaria, permitiendo la ejecución del sistema de punto de venta (tradicional, thinclient o

aplicaciones basadas en la nube) además de otra amplia variedad de aplicaciones, como ser cartelería digital, programas de fidelización y mucho más. Su impresión es ultrarrápida, posee una velocidad de impresión de hasta 350mm/seg. Además, incluye 8 puertos USB tipo A y USB tipo C. Su función de ahorro de papel reduce hasta un 49% sin afectar la legibilidad ni la calidad de impresión.



TM T88 VI DT2



## EPSON TM-m30

La versátil y moderna impresora de recibos mPOS TM-

m30 ofrece la libertad de imprimir recibos de 3"

desde prácticamente cualquier dispositivo móvil.

Es ideal para espacios limitados, gracias a su diseño compacto y moderno.

Cuenta con partes intercambiables que permiten

fácilmente cambiar de una carga de papel superior a

una configuración de carga frontal. Se puede imprimir desde cualquier dispositivo que posea

iOS, Android™, y PCs Windows. Cuenta con Wi-Fi, Bluetooth y conectividad vía NFC.



TM-M30

## TM-T900FA

La nueva impresora Epson TM-T900FA

ofrece un diseño compacto, gran confiabilidad y excelente

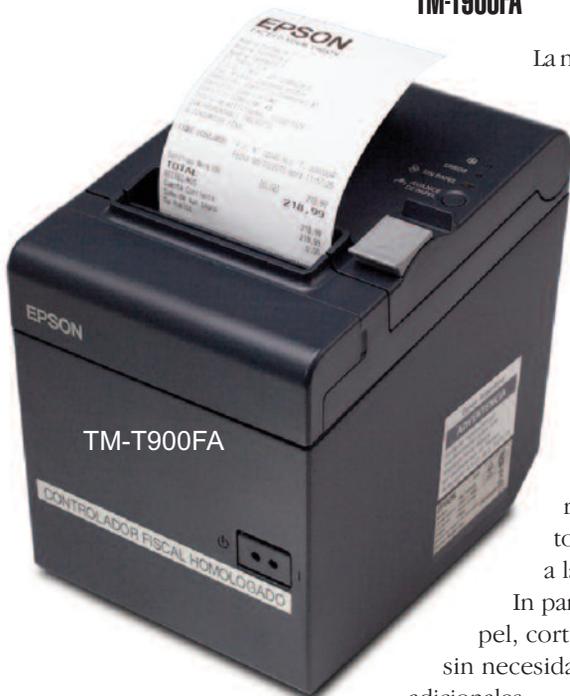
desempeño para el exigente uso del mercado. Posee tecnología de

impresión térmica, auditoría electrónica, puerto Serie y USB 2.0. Genera un ahorro en costos operativos gracias

a la tecnología Drop-

In para carga fácil de papel, cortador automático y sin necesidad de consumibles

adicionales.



TM-T900FA

# Arneg Argentina anunció un importante proyecto de inversión



En videoconferencia con el presidente Alberto Fernández y el gobernador Omar Perotti se llevó a cabo la presentación del plan que incluye la construcción de una segunda Planta Industrial en la localidad de Alvear.

**A**rneg anunció una importante inversión destinada a la incorporación de nuevas líneas de producción en su fábrica de Rosario y la construcción de una segunda planta industrial en la localidad de Alvear.

Carlos Pasciullo, Director General de Arneg Argentina, junto a otros directivos de la empresa se reunieron este miércoles con el gobernador de Santa Fe, Omar Perotti, y por videoconferen-

cia con el presidente de la Nación, Alberto Fernández, para celebrar el importante anuncio.

Del encuentro participaron también Juan José Pucheta, Mauro Vallone y Diego Lattanzi por Arneg Argentina, el Secretario de Industria de la Provincia, Claudio Mossuz, y el Senador Provincial por el departamento Rosario, Marcelo Lewandowski.

Pasciullo, explicó que el proyecto de inversión consta de dos etapas:

1) La ampliación en Rosario de las líneas de producción de paneles isotérmicos para la construcción civil, que ya está en su puesta a punto,

2) La construcción de una nueva planta industrial en Alvear, en un predio de 48.000 m<sup>2</sup>, para la producción de paneles aislantes de uso masivo, que demandará 12 meses para iniciar actividades.

También se destacó el trabajo realizado por el personal de la empresa en el montaje y puesta en marcha de la nueva línea en Rosario, frente a la problemática de la cuarentena, en donde no pudieron llegar los técnicos del exterior que debían realizar la instalación.

A su vez Pasciullo señaló que la viabilidad de este tipo de proyectos, se basa en los 3 pilares que tiene la empresa en la Argentina: los recursos humanos internos, su red de partners y toda la cadena de valor. Un voto de confianza fundamental para encarar tan importante iniciativa.

Por último se subrayaron los valores con los que se maneja el Grupo Arneg, resaltando el coraje y la visión de futuro para realizar una inversión de este tipo en los tiempos que corren.

## Antecedentes de la empresa

La compañía nace en Rosario en el año 1977, bajo el nombre de RAFFO S.A. En sus inicios se dedicaba a la producción de estanterías metálicas y pasillos de revisión para supermercados y pequeños negocios; posicionándose en



UNA EMPRESA DEL GRUPO



EMPRESA APROBADA ANMAT

**anmat**  
Administración Nacional de Medicamentos,  
Alimentos y Tecnología Médica

# BARBIJOS QUIRÚRGICOS

**SOMOS FABRICANTES**

**EL MEJOR PRECIO DEL MERCADO**

## CARACTERÍSTICAS

**MATERIAL: TELA NO TEJIDA (SMS)**

**GRAMAJE : 3 CAPAS DE 20 GRS / 27GRS / 30GRS**

**COLOR: BLANCO - BLANCO Y CELESTE**

**ELÁSTICOS TERMOSELLADOS / INCLUYE CLIP NASAL**

**PRODUCTO  
100%  
NACIONAL**

**FABRICANTE: NEWPACK-ARGENTINA SRL**

**PM ANMAT: 2651-1**

**ENVASE POR: 5 / 10 / 25 / 50 / 100 UNIDADES**

**PRODUCCIÓN MENSUAL: MÁS DE 4 MILLONES**



**ENSAYOS CON RESULTADOS  
DE EFICIENCIA COMPROBADA** 

Laboratorio de ensayo acreditado por el OAA con acreditación N° LE 007

**SPRAY TEST**

**RESISTENCIA A LA PRESIÓN HIDROESTÁTICA**

**CAPACIDAD DE FILTRADO**

**RESPIRABILIDAD POR DIFERENCIAL DE PRESIÓN**





todo el país a través de distribuidores locales. En el año 1984 se incorporan las líneas de exhibidoras refrigeradas y centrales de frío.

En 1994 se conforma un Joint Venture, con el Grupo ARNEG, creando ARNEG RAFFO S.A., logrando un crecimiento sostenido a partir e allí.

En este periodo incorporó las cámaras frigoríficas industriales, siendo la única empresa en la región capaz de abastecer en forma totalmente integral al retail y al frío alimentario.

En el año 2003, luego de una de las crisis más importantes de nuestro país, ante la necesidad de refundar la empresa, el Grupo Arneg recapitalizó la misma honrando la totalidad de sus obligaciones tanto con clientes como con proveedores, socios y empleados.

Durante los años siguientes, se fue afianzando en la región permitiendo que Arneg sea el líder del mercado sudamericano en el sector del Retail.

En 2012, continuando con la política del grupo de crecimiento sostenido, con un fuerte compromiso en el Medio ambiente y el ahorro energético, se incorporó una línea de producción de paneles continuos de ultima gerencian.

Esta línea productiva, permitió a Arneg Argentina no sólo evolucionar en el sector del frío alimentario sino también incorporarse al mercado civil con productos de altísimo nivel de calidad como son los paneles sandwich tanto de muro como de techo.

El panel sandwich rápidamente demostró su potencial, con una excelente aceptación por parte de diferentes sectores además del frigorífico. como ser la construcción de naves Industriales, el sector avícola porcino, el agropecuario, módulos habitacionales y viviendas.

En Julio de 2020, se estaba incorporando a la línea existente una nueva maquinaria para la producción de paneles de fachada arquitectónica que permitirá ampliar la gama de productos con un innovador sistema.

Con el fin de lograr una línea completa de paneles sandwich para la región, el grupo proyectó una segunda línea de producción continua que permita proveer una solución constructiva eficiente y sustentable a sectores de la construcción que hoy no pueden acceder a este tipo de soluciones por cuestiones de costos. A tal fin se desarrollaron productos con una excelente capacidad de ais-

lación a costos muy competitivos.

Dada la experiencia de Arneg Argentina en la región y la red comercial que hoy posee, fue posible lograr que la misma se lleve a cabo en la Argentina.

## Beneficios de los paneles isotérmicos

Arneg Argentina, desde el 2013 a la fecha se fue posicionando como líder en la producción y venta de chapas aisladas térmicamente aplicadas en la construcción civil. Nuestro país no contaba con líneas de producción continua de paneles sandwich hasta nuestra inversión realizada en el 2012. Anteriormente los paneles térmicos eran importados desde Chile, Brasil o Europa.

La mayor virtud de los paneles es su inmejorable capacidad de aislamiento, y la simpleza y velocidad en el montaje dado que es un mono componente (chapa y aislante térmico todo en uno).

El eslogan “Aislar es ahorrar” describe claramente los motivos por los que los productos de Arneg tuvieron un crecimiento tan marcado desde su lanzamiento, dado que la inversión se hace una vez y el ahorro es para toda la vida,

Otro de los beneficios que posee el producto es su durabilidad. Esto se da por el hecho que su núcleo además de aislar protege la cara interna de la chapa que es precisamente la que no cuenta con tratamientos de protección.

A los beneficios antes mencionados se le adiciona la enorme evolución que tuvieron en los últimos años los componentes de su núcleo. Las virtudes de las espumas de poliuretano tradicionales (PUR) fueron ampliamente superadas por el poliisocianurato (PIR). Las espumas PUR cuentan en su formulación con un retardante de llama que ofrece un buen comportamiento respecto al fuego, pero la espuma tipo PIR optimiza este comportamiento, con el agregado



# CAS



## **LA CAMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS CUMPLE 59 AÑOS**

**Durante casi seis décadas, la entidad ha representado al sector, aportando ideas, iniciativas, estudios, análisis, propuestas relevantes para la sociedad en su conjunto, destacando permanentemente el valioso papel que desempeña el supermercado argentino en la vida de la gente.**

**Este nuevo aniversario nos encuentra, como siempre, trabajando en los problemas que afectan a nuestros asociados de todo el país, para que todos ellos sientan que se encuentran convenientemente representados, especialmente en una situación tan difícil como la que está atravesando la Argentina en la actualidad.**

**Felicitamos a los Súper Argentinos por cumplir tan dignamente el rol que les corresponde en esta emergencia y nos comprometemos a seguir trabajando sin descanso para mejorar día a día.**

**Comité Ejecutivo de CAS**



que elimina la emanación de gases tóxicos durante la combustión.

Las espumas PIR permiten contar con las más estrictas certificaciones de comportamiento al fuego. La más conocida a nivel mundial es la norma Factory Mutual Approval (FM), la cual Arneg Argentina certificó en 2017, siendo la primera empresa Argentina en obtenerla.

Nuevos productos a incorporar en el mercado argentino se comercializan al año, en promedio, 44 millones de metros cuadrados de chapa conformada (trapezoidal y sinusoidal) para ser aplicadas a la construcción civil, de las cuales actualmente se aíslan cerca del 40% con diferentes metodologías, mayormente con baja capacidad de aislación (fuera de norma).

En este sentido, Arneg proyectó una segunda línea de producción continua que permita alcanzara los sectores de la construcción donde hoy no se aísla, o se utilizan métodos poco eficientes térmicamente, logrando de esta manera una línea completa de paneles sandwich capaz de cubrir las diferentes necesidades.

Se ha trabajado fuertemente en el desarrollo de productos con una excelente capacidad de aislación a costos muy competitivos, que ampliarán la gama de productos permitiendo un alcance masivo de los mismos. Estos productos contarán con características y aplicaciones diferentes, cubriendo una multiplicidad de segmentos. Para alcanzar el nivel de calidad y costos deseado es necesario contar con la máxima tecnología de vanguardia existente.

### **Planta productiva de paneles continuos**

Para llevar a cabo este proyecto, Arneg proyectó una nueva planta industrial dedicada exclusivamente a estos productos. La nueva línea productiva es una maquinaria de alta complejidad desarrollada a medida para este proyecto, y contará con una capacidad de producción de hasta 2.500.000 de metros cuadrados al año.

En virtud del volumen de almacenaje del producto terminado se ha proyectado esta segunda planta sobre un predio de 48.000 m<sup>2</sup> ubicado en la localidad de Alvear. La primera etapa del proyecto cuenta con una nave industrial de 7.000 m<sup>2</sup> cubiertos, la cual fue determi-

nada en función de la geometría de la maquinaria diseñada específicamente.

La nueva planta contará con un área de almacenaje interno para las materias primas: Bobinas de chapa y los químicos utilizados para la espuma núcleo.

Además, contará con áreas de servicio, baños y vestuarios, comedor para el personal, área de oficinas y Showroom.

Para la maquinaria se ha trabajado en conjunto con uno de los productores líderes a nivel mundial en líneas continuas de paneles para definir y desarrollar un proyecto de avanzada que contemple todos los requerimientos técnicos y permita resolver en forma efectiva y segura las demandas que el proceso productivo establece.

Alineado al fuerte compromiso que el Grupo Arneg sostiene con el medio ambiente, la nueva línea utilizará gases Isociclopentano como establece el protocolo de Montreal, evitando daños en la capa de ozono y efecto invernadero. Se trata de una instalación libre de los gases (CFC) y (HCFC).

Por ello se señala que el presente proyecto se encuentra alineado al compromiso con el medio ambiente y el ahorro



energético en los que se basa la empresa, permitiendo poner al alcance de los argentinos y la región, un producto con una inmejorable capacidad térmica a un costo similar a otras soluciones presentes en el mercado actualmente que no entregan aislación de este tipo.

El aporte al medio ambiente no solo se da por el ahorro de energía, sino también por las virtudes de los sistemas constructivos en seco, como Ser la eliminación de residuos en la obra y la no

utilización de agua durante la misma, evitando su derroche.

Otro aspecto no menos importante, es la generación de empleo que este emprendimiento traerá asociado, ya que el proyecto desde su fase inicial generará puestos de trabajo, directos e indirectos, dando un fuerte aporte a la zona y a la sociedad en su conjunto.

El monto de inversión total es de más de 1.150 millones de pesos y se realizará con fondos propios de la empresa.

An advertisement for Aiello Supermercados San Luis. It shows a family of three—a man in a dark jacket pushing a shopping cart, a young girl in a white sweater holding the man's hand, and a woman in a bright red coat walking alongside them in a supermarket aisle. The background is filled with shelves of products. The Aiello logo is in the top left, and the slogan 'Elegís confianza Elegís tranquilidad para tus productos' is in a white box on the left. At the bottom, the website and social media information are provided.

**Aiello**  
Supermercados San Luis

**Elegís confianza  
Elegís tranquilidad  
para tus productos**

www.superaiello.com.ar | Aiello Supermercados

# Negocio Cercano, una interesante propuesta de CAME

La app tiene como objetivo principal que los comercios de proximidad puedan participar rápida y eficientemente en las diversas opciones que ofrece el e-commerce.

Con el objetivo de que, en el contexto actual del aislamiento social obligatorio, cada vez más PyMEs se integren al comercio electrónico, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) lanzó la aplicación de compraventa “Negocio cercano”, que permite a los comerciantes bajar costos y aumentar las ventas.

La aplicación está destinada a los comercios de proximidad, y busca que los clientes puedan comprar a las PyMEs de cercanía desde sus casas, evitando el uso de tarjetas y billetes.

Además, permite al usuario ser comprador y vendedor en forma simultánea. Por ejemplo, el dueño de una verdulería puede recibir pedidos y pagos de sus vecinos y, además, comprar en la carnicería, almacén y demás negocios de su barrio.



## Como siempre, pero digital

El procedimiento replica la experiencia de la venta tradicional, usando al teléfono celular para la comunicación y el pago.

El cliente elige en qué comercio comprar online, prepara su lista, la envía por la plataforma y el comerciante le indica el monto.

Luego, si está de acuerdo, confirma la operación pagando con tarjeta de débito o crédito o con una cuenta de



C A - ME Pa - gos, si la posee.

Finalmente, puede retirar el pedido en persona o solicitar que se lo envíen a domicilio.

El beneficio para los comerciantes es que no necesitan actualizar productos, precios, ni stocks, requisitos que eran limitantes para que éstos se incorporen al comercio electrónico.

Solamente pagarán el costo de transacción de cada operación, el que se encuentra entre el 1% y el 3,9%, dependiendo de la forma de pago del cliente y de su decisión de adelantar -o no- la acreditación a 24 horas hábiles.

Si el usuario ya tiene una cuenta de CAME Pagos, podrá ingresar con el mismo e-mail y clave. Si no la tiene, se le crea automáticamente.

## La interacción con CAME Pagos

El usuario de Negocio Cercano obtendrá de manera automática una cuenta de CAME Pagos, que podrá utilizar también para solicitar pagos fuera de la red Negocio cercano, hacer transferencias a cuentas bancarias y a otras billeteras virtuales, recibir pagos, operar con QR y mucho más, con las menores comisiones.

Junto con CAME Tiendas, CAME Pagos, Pilar CAME y CAME Envíos, Negocio cercano es una herramienta creada por la Confederación para ayudar a las PyMEs a incursionar en el e-commerce, algo que resulta de fundamental importancia en los tiempos que corren.

# Pinguino

Estamos con vos.



## Rafaela

Av. Lehmann 425 / Ernesto Salva 960  
Av. A. del Valle 884 / Av. Roque Sáenz Peña 321  
Vélez Sársfield 1441 / Av. Luis Fanti 295



0800 .144. 5555



contacto@pinguino.com.ar



## San Francisco

Av. 25 de Mayo 1129



www.facebook.com/Supermercadospinguino



La forma más cómoda de hacer las compras,  
sin salir de tu casa.

[www.pinguino.com.ar](http://www.pinguino.com.ar)

# Nuevas soluciones de Epson para imprimir etiquetas color

**E**pson anunció que desde fines de Julio ya se encuentran disponibles sus nuevas impresoras de etiquetas a color de la serie ColorWorks® C6000/6500.

Las primeras en llegar al mercado argentino fueron las ColorWorks CW-C6500A y CW-C6500P de 8 pulgadas, mientras que las ColorWorks CW-C6000A y CW-C6000P de 4 pulgadas comenzaron a estar disponibles durante agosto de 2020.

Todos los modelos se comercializan a través de la amplia red de socios autorizados de Epson.

Esta nueva serie de impresoras está diseñada específicamente para que los usuarios se actualicen, dejando atrás las impresoras de transferencia térmica solo en negro (1) y comenzar a imprimir a color.

## Más calidad de impresión y velocidad

Los nuevos modelos ColorWorks están pensados para aplicaciones para impresión de misión crítica y entregan etiquetas de color de alto volumen para uso en procesos de producción, logrando una velocidad de impresión de etiquetas hasta 5 pulgadas por segundo (2).

"Hemos recibido una respuesta altamente satisfactoria en torno al lanzamiento de estas impresoras: las empresas están entusiasmadas por cambiar la impresión de transferencia térmica solo en negro a la impresión de etiquetas a color", dijo Marcela Mendez, Product Manager System Devices de la compañía.

"Una y otra vez, los dueños de negocios han expresado sus frustraciones con las etiquetas preim-

presas no utilizadas y el dinero desperdiciado cuando cambian los diseños o los requisitos de las etiquetas. Estas nuevas impresoras permitirán a las empresas eliminar la necesidad de etiquetas preimpresas, evitando el desperdicio de material y dinero. Además, agregar color a una etiqueta puede mejorar el reconocimiento de la marca y la eficiencia del proceso y reducir los errores".

Los modelos con cortador automático y función de despeque y aplique, diseñados para clientes que utilizaban impresoras de transferencia térmica en blanco y negro, ya están disponibles en la modalidad a color.

presas no utilizadas y el dinero desperdiciado cuando cambian los diseños o los requisitos de las etiquetas. Estas nuevas impresoras permitirán a las empresas eliminar la necesidad de etiquetas preimpresas, evitando el desperdicio de material y dinero. Además, agregar color a una etiqueta puede mejorar el reconocimiento de la marca y la eficiencia del proceso y reducir los errores".

## Amplia gama de capacidades

La nueva familia ColorWorks C6000/6500 ofrece una amplia gama de capacidades para cumplir con los requisitos de las aplicaciones industriales y de transferencia térmica más comunes.

Los modelos de 4 y 8 pulgadas cubren el espectro completo de tamaños de etiquetas.

Los modelos C6000P y C6500P son los primeros en ofrecer la función de despeque y aplique para aplicaciones manuales o automáticas de etiquetas (3),

mientras que los modelos C6000A y C6500A incluyen un cortador automático para crear etiquetas de longitud variable y permitir una fácil separación del trabajo.

## Características adicionales

- **Confiabilidad:** diseñadas por Epson para aplicaciones exigentes; respaldadas por un servicio y soporte líderes en la industria.

- **Primeras impresoras diseñadas específicamente como una actualización de color a impresoras de transferencia térmica solo en negro:** diseñadas con capacidades similares de manejo de medios, velocidad, características y op-



# LA FÁBRICA DE BOLSAS ECOLÓGICAS MÁS MODERNA DE ARGENTINA



DISEÑOS INNOVADORES Y EL MEJOR SERVICIO

LA MÁS AMPLIA VARIEDAD DE MODELOS

PRODUCCIÓN AUTOMÁTICA MAYOR A 4 MILLONES DE BOLSAS MENSUALES

IMPRESIONES DE GRAN CALIDAD

[www.newbag.com.ar](http://www.newbag.com.ar)

Oficinas: +54 11 52 639224 (NEWBAG) [Rotativas]

[info@newbag.com.ar](mailto:info@newbag.com.ar)

NEW BAG



## LOGÍSTICA *integral de* POP

**ESTAMOS PRESENTES EN LAS  
PRINCIPALES PLAZAS DEL PAÍS.**

**Amplio depósito con gran capacidad de acopio.**

**IMPLEMENTAMOS TODO  
TIPO DE MATERIAL POP**



**DISTRIBUCIÓN  
E IMPLEMENTACIÓN**



**RELEVAMIENTO  
FOTOGRAFICO**



**REPORTES**

**RECEPCIÓN Y  
CONTROL DEL  
MATERIAL**



**ACOPIO DE  
MATERIALES**



**ARMADO  
DE RUTEOS**



ciones de conectividad, todo a un precio muy competitivo en el mercado.

● **Productividad mejorada:** las nuevas impresoras eliminan la necesidad de imprimir previamente; velocidades de hasta 5 pulgadas por segundo<sup>2</sup>; tiempo rápido para la primera etiqueta.

● **Asombrosa calidad de imagen:** resolución de hasta 1200 ppp con varios tamaños de gota; imágenes nítidas comparables a las etiquetas preimpresas.

● **Integración fluida:** compatibles con ZPL II, middleware principal, SAP, Windows®, Mac® y Linux.

● **Gestión remota de impresoras:** permiten gestionar grandes flotas a través de la red.

● **Despegue y aplique:** las impresoras CW-C6000P y CW-C6500P ofrecen función de impresión y aplicación rápida y bajo demanda.

● **Cortador automático:** las impresoras CW-C6000A y CW-C6500A vienen de serie con cortador automático, ideal para aplicaciones rápidas y bajo demanda.

● **Puerto de control de I/O del aplicador para flujo de trabajo automatizado:** admite comandos que se puede integrar en casi cualquier flujo de trabajo.

● **Bajo costo:** comparable a las impresoras de transferencia térmica existentes. (4)

● **Etiquetas duraderas de alta calidad:** cumple con la certificación BS 5609. (5)

**Capacitación básica de los operadores**

Para facilitar a las empresas adquirentes las nuevas impresoras de etiquetas el soporte de estos equipos, Epson les ofrecerá capacitaciones y seminarios web durante lo

que resta del año 2020.

Las sesiones incluirán una capacitación básica de operadores destinada a socios y distribuidores para que puedan familiarizarse rápidamente con las características y operatividad de la nueva línea.

Para obtener información adicional, visitar la página web [www.epson.com/c6000](http://www.epson.com/c6000).

**Citas y notas aclaratorias**

(1) La familia CW-C6000P / C6500P es la primera en lanzar al mercado la combinación de características de impresión directa ZPL II, despegue y aplique, administración remota de impresoras,

modelos complementarios de cuatro y ocho pulgadas, interfaz de E/S del aplicador, amplio soporte de middleware y precio competitivos.

(2) Impresión en modo velocidad máxima, 300 x 600 ppp, ancho de impresión de 3.6” (92 mm).

(3) Comparada con las impresoras de etiquetas de inyección de tinta en color disponibles en USA y Canadá a partir de julio de 2019.

(4) Las impresoras y los costos de consumo son

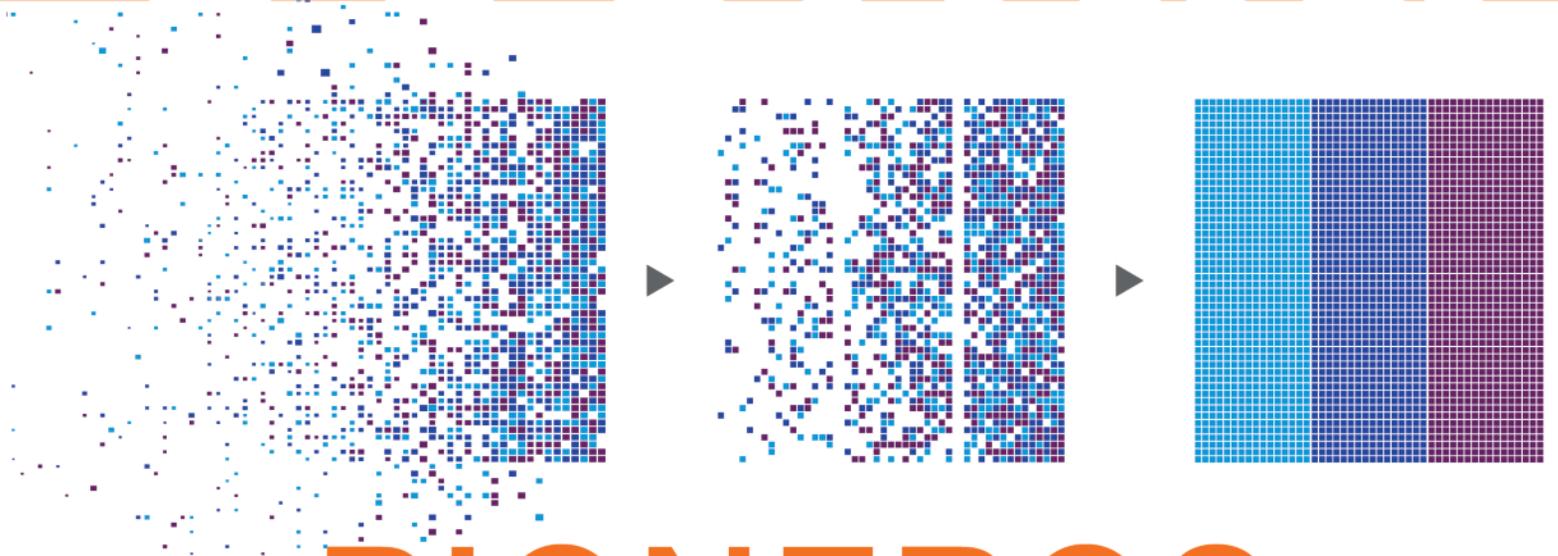
comparables con impresoras y suministros de transferencia térmica de marcas líderes y características similares para obtener imágenes semejantes de alta durabilidad en las mismas condiciones.

(5) Las impresoras de inyección de tinta ColorWorks CW-C6000 / C6500 con tinta de pigmento UltraChrome® DL, utilizadas en combinación con la especificación de medios sintéticos Avery Fasson® # 79724, cuentan con la certificación BS 5609.



DESCRIPCION DE LAS PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE CADA EQUIPO			
Modelo	Ancho	Característica	Disponibilidad
ColorWorks CW-C6500A	8 pulgadas	Cortador automático	Disponible
ColorWorks CW-C6500P	8 pulgadas	Despegue y aplique	Disponible
ColorWorks CW-C6000A	4 pulgadas	Cortador automático	Agosto 2020
ColorWorks CW-C6000P	4 pulgadas	Despegue y aplique	Agosto 2020

# scentia



## PIONEROS DEL BIG DATA EN CONSUMO MASIVO

DISEÑAMOS **PROCESOS ANALÍTICOS** PARA RESPONDER A TODAS LAS PREGUNTAS SOBRE LA PERFORMANCE DE TODAS LAS CATEGORIAS DE CONSUMO MASIVO. OBTENEMOS **INSIGHTS ACCIONABLES** PARA LA TOMA DE DECISIONES.

- CATEGORY PERFORMANCE
- RETAIL SCANNER DATA
- TICKET DATA

- CATEGORY & BRAND SWITCHING
- FORECASTING
- SHOPPER UNDERSTANDING
- CONSUMER & SHOPPER TRENDS

- PRICING MODEL
- MARKET BASKET
- RADIOGRAFÍA DEL EAN



Ticket Data



Key Account



Retail Scan



Scan Shopper



Panel de Hogares



SIS



CRM



Tácticos

# El amonio cuaternario gana espacio por su efectividad

Utilizado como un poderoso desinfectante que se emplea en superficies y en los túneles de desinfección es muy reconocido y valorado en la emergencia sanitaria.

**A**ntes de la pandemia COVID-19, el amonio cuaternario era usado entre los ingredientes de productos cosméticos y de aseo y en diferentes industrias, pero ahora esta disponible la oferta del producto concentrado al por menor.

El amonio cuaternario es un compuesto químico que tiene cinco tipos de generaciones. Las cuatro primeras tienen un espectro biocida menor, por lo que no deberían usarse para la desinfección de superficies en el contexto del coronavirus.

## Amplio espectro

El de quinta generación es el recomendado, debido a su amplio espectro bactericida, fungicida y virucida. Además, su uso es más seguro y tiene un menor impacto en el ambiente.

Antes de adquirir este producto, se debe verificar que cuente con registro sanitario y una ficha técnica en la que se indique la generación del amonio cuaternario y la concentración del químico.

Otro punto importante a considerar por los usuarios es que cuente con instrucciones de uso, pues cada fabricante debe haber probado previamente la capacidad desinfectante de su producto para determinar cómo diluir y por cuánto tiempo debe actuar en las superficies.

Una mezcla eficaz y segura debe ser elaborada por expertos y probada, por eso se debe evitar comprar este producto a personas naturales, ya que de su formulación dependerán los resultados.

## Forma de utilización

Una formulación recomendada es el amonio cuaternario de quinta generación al 10%. 20 ml de este químico se deben diluir en un litro de agua para obtener una concentración adecuada para desinfectar los pisos y otras superficies de uso frecuente.

Es importante destacar que los desinfectantes no deben ser usados para limpiar. Primero se debe hacer una remoción de la suciedad y enjuagar por completo, caso contrario, si los detergentes entran en contacto con los amonios se neutralizan químicamente.



## Algunas recomendaciones

**L**os amonios de quinta generación son solo recomendables para aplicar en superficies inanimadas, no en personas.

Esto se debe a que, por un lado, la exposición frecuente a este tipo de productos puede causar dermatitis y otras alergias en la piel.

Por otro lado, podría causar resistencia bacteriana, de acuerdo con un estudio llevado a cabo por Núcleo Milenio para Investigación Colaborativa en Resistencia Antimicrobiana.

Además, hay que considerar que para eliminar el virus, el líquido debe tener un tiempo mínimo de acción (usualmente sobre los tres minutos).

A la larga, el ambiente podría verse afectado por el mayor uso que se le está dando a este compuesto, debido a sus propiedades bactericidas, fungicidas y virucidas pero ese impacto será menor a otras opciones disponibles.

Se puede acceder al original de esta nota en:

<https://www.elcomercio.com/tendencias/amonio-cuaternario-desinfectante-coronavirus-covid19.html>.

# PROTECCION PARA TODOS



## MASCARA FACIAL

- No rebatible, tipo hospitalaria.
- Lámina de PET de 500 micrones de espesor.
- Elástico reforzado.
- El visor, de forma cóncava, permite el uso de anteojos.

## AMONIO CUARERNARIO DE QUINTA GENERACION

- Se presenta en bidones de 5 litros.
- Descuentos especiales para socios de CAS y FASA



**AILATTI SA - Pedidos por whats app o e-mail a:  
+54 348 936 5000 / fernandosolari@ailatti.com**

# Sponsor POP se reinventa en la emergencia

La firma productora de material para puntos de venta lanza productos para protección, en colaboración con una organización que promueve la inclusión social.

**L**uego de 30 años de dedicarse al desarrollo y producción de materiales de promoción para el punto de venta, Sponsor POP logró rápidamente reformular su portafolio de productos frente a la pandemia, tomando esta crisis como una gran oportunidad de hacer el bien.

Ahora está desarrollando productos con una excelente relación precio-calidad para la protección frente al coronavirus y al mismo tiempo, ayudando a la inclusión laboral de las personas con discapacidad a través de una asociación con la ONG La Usina y su empresa social “redActivos”.

Los productos que desarrollan son

de industria nacional y entre las soluciones sanitarias que ofrecen para la prevención del virus se destacan: las alfombras sanitizantes y tótems manos libres para alcohol en gel, ideales para colocar en los puntos de entrada y salida de todo tipo de locales. De esta forma ayudan a la desinfección desde los puntos de acceso estratégicos.

También ofrecen mamparas y paneles modulares, adaptables a distintos formatos, medidas y superficies a fin de generar separaciones que garanticen el distanciamiento preventivo.

Las mamparas pueden colocarse fijas o autoportantes y pueden customizarse, ya que pueden llevar impreso el branding de cada cliente.

Además, las máscaras faciales de protección se realizan en colaboración con La Usina y su programa “redActivos”, Asociación Civil sin fines de lucro que trabaja a diario para vivir en una comunidad donde las personas con discapacidad sean valoradas desde su diversidad.

De esta forma, junto a Sponsor POP se busca promover su inclusión laboral. Esta iniciativa tiene una potencial capacidad productiva de 4.000 máscaras por día y se comercializarán a través de redActivos resultando un producto de excelente calidad a precio accesible y que además es colaborativo.

## Promoviendo la inclusión social

El nuevo escenario que propone la pandemia exige más que nunca de la



articulación entre Empresas y Organizaciones sociales que encuentran en la innovación tecnológica y social, soluciones que además de protegernos a todos, generen inclusión social y trabajo genuino.

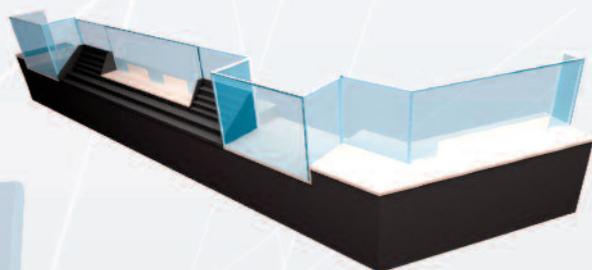
En ese sentido y sobre la necesidad de reinventarse, Daniel Vergani, fundador de Sponsor POP expresó: “Nos enorgullece presentar una completa línea de productos diseñados para la prevención del Covid-19, a precios accesibles, con soluciones innovadoras, y que a su vez proponen repensarnos como sociedad para que en esta “nueva normalidad” sea más normal darle oportunidades a las personas con discapacidad”.



# MAMPARAS DE PROTECCIÓN TRANSPARENTES

Trabajamos juntos para prevenir el COVID-19

## Para escenarios en contacto con el público



### CARACTERÍSTICAS

Paneles de protección de virus

Diseñadas a medida y modulares

● Frente en PET o acrílico y caños estructurales

**CONTACTANOS**

info@sponsorpop.com

Cel 15 - 6470 6478 15 - 6995 8576

 **SPONSOR**  
retail awareness

# Programas de entrenamiento para dueños de supermercados PyMEs

Empresarios de todo el mundo mejoran notablemente su rendimiento y el de sus empresas aplicando los principios y herramientas del coaching.

**A**ctionCOACH, la firma N°1 de Business Coaching a nivel mundial, se inició en 1993 en Australia y en la actualidad tiene presencia en más de 80 países con más de 2000 Coaches, ayudando a más de 15.000 dueños de negocios y empresarios a lograr ser la mejor versión de sí mismos y de sus empresas.

“Generamos relaciones a largo plazo basadas en la confianza otorgada por el crecimiento de quienes trabajan con nosotros, por lo que casi el 95% de nuestros clientes son referidos, con los cuales trabajamos para que puedan jugar mejor su rol de Líder de Negocios e incrementen sus utilidades”, dice Guillermo Villamil, Coach de Negocios certificado y socio de ActionCOACH.

“Evaluamos el estado del Negocio y cuáles son las metas personales y profesionales de sus dueños para incrementar lo que está bien e identificar y potenciar las oportunidades de mejora y esto lo hacemos JUNTOS CON el DUEÑO”, agrega.

“Nos arremangamos, los acompañamos y los ayudamos a construir un Plan Estratégico según las necesidades de cada Negocio y luego permanecemos JUNTO A ELLOS para ayudarlos a mantenerse focalizados para que el plan se cumpla”.

“Al igual que un deportista que quiere ganar medallas debe trabajar con un coach, nosotros somos el socio clave para apalancar y estructurar Negocios y Empresas, brindándoles ayuda de forma integral y sistémica para que puedan crecer de forma estratégica y sustentable en los diferentes contextos económicos, con resultados garantizados”.

“Abordamos las áreas clave del negocio: Administración y Finanzas, Costos con foco en Rentabilidad, Punto de Equilibrio, Márgenes y Utilidades; Marketing, Ventas, Logística y Distribución, Operaciones, Equipo de Trabajo y Liderazgo”.

“A lo largo de estos años, a través de una encuesta hemos alcanzado un altísimo grado de satisfacción de nuestros clientes gracias a las siguientes premisas: Generación de Valor, Profesionalismo, Calidad y 100% Focalizados en Resultados”.

“Desarrollamos un programa especialmente pensado para los Dueños de Supermercados y Autoservicios Argentinos considerando la baja de rentabilidad y consumo, para brindarles ayuda y ponernos a su lado en esta realidad tan dura”.

“En esta oportunidad queremos invitarlos a nuestros seminarios on-line donde brindaremos herramientas y estrategias y le ofreceremos, a todos los socios de CAS y FASA que parti-

cipen, la posibilidad de tener un Diagnóstico y 2 sesiones de Coaching para sus Negocios SIN CARGO. De esta manera juntos podremos evaluar la situación actual y descubrir el potencial oculto que tienen todos los negocios”, afirma Villamil.

## Presencia en todo el mundo

ActionCOACH nació con la idea de ayudar a los dueños de negocios de las pequeñas y medianas empresas a mejorar sus resultados, optimizar sus negocios y mejorar su calidad de vida mediante la recuperación de tiempo libre.

Su fundador, Brad Sugars, inició un programa de entrenamiento en todo Australia. Realizó exitosos seminarios con asistencia de hasta 2,000 dueños de PYMES por evento. En poco tiempo, ActionCOACH logró posicionarse y crecer hasta llegar a Nueva Zelanda, Asia y los Estados Unidos.

Los dueños de negocios, entusiasmados con el sistema de Action solicitaban servicios personalizados a Brad Sugars y su equipo. Dichas exigencias demostraron que los dueños que recibían consultoría personal, obtenían mejores resultados que los que sólo asistían a seminarios. Decenas de expertos, se dieron a la tarea de empaquetar un sistema clave para multiplicar el número de profesionales que pudieran atender la creciente demanda de este efectivo servicio.

La Franquicia Action International, hoy ActionCOACH nació en 1997. A finales de 1998 se abrió la oficina en Estados Unidos, desde donde se establecieron las Franquicias Maestras en los distintos estados, así como en Canadá y México. En julio del 2001 se abrió en Londres la oficina para Europa y en 2006 en Sudáfrica.

Hoy, a más de 20 años de distancia, con presencia en los 5 continentes, Action se ha convertido en una franquicia exitosa. Cuenta con más de 1.000 franquiciatarios en 71 países (y ha dado servicio directo a dueños de negocios e impartido seminarios y talleres a cientos de miles de ellos).

En territorio Iberoamericano, obtuvo la primera licencia en agosto del 2001. Hoy tiene más de 100 franquiciatarios en distintos países como Argentina, México, Brasil, Chile, Ecuador, Rep. Dominicana, Perú, Panamá, Costa Rica, Colombia, Bolivia, Uruguay, El Salvador, Venezuela, España y Guatemala.



Guillermo Villamil.

# Cabina de Desinfección por Ozono

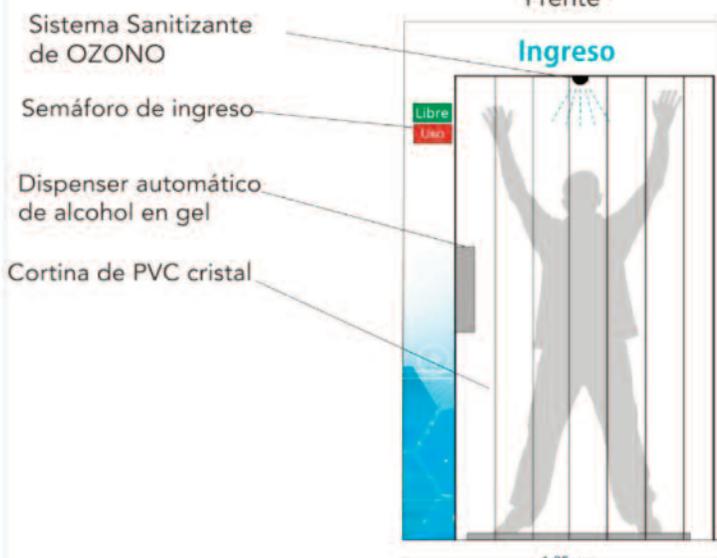
## CABINA DE OZONO

- ✓ Elimina el 99% de Virus y Bacterias
- ✓ No requiere de insumos, sólo de electricidad
- ✓ Sistema Seco- No Moja a las Personas
- ✓ Automatizada completamente

**REDUCE CONTAGIOS**  
una herramienta contra COVID-19  
Elimina el 99% de Virus y Bacterias



### Características técnicas



- Las Cabinas con tecnología de Ozono son poderosos agentes desinfectantes, ideales para utilizar en accesos de personal y/o elementos que provienen del exterior.
- Logra asepsia en superficie corporal, ropa y provisiones o elementos antes de su ingreso al medio que se quiere preservar.
- El Ozono genera una desinfección profunda que garantiza la asepsia en toda la superficie de contacto sin efectos secundarios para la salud humana ni para el ambiente.
- Su aplicación ha revelado una valiosa capacidad para erradicar agentes patógenos como virus y bacterias con la ventaja de no requerir de otros insumos más que la energía.

# LIFVS



## Los súper digitales transforman la Suecia rural

**E**l marido de Emma Nilsson está recogiendo heno bajo el sol de verano y ella ha entrado en la tienda del pueblo para comprarle una botella de agua. Pero no hay una cara amistosa en la caja ni la oportunidad de intercambiar chismes locales.

En cambio, saca su teléfono, inicia sesión con BankID, la aplicación de identificación nacional operada por los bancos suecos, y abre la puerta de vidrio cerrada con un toque en su pantalla.

Con solo una pequeña cámara en una esquina para supervisarla, estudia los refrigeradores almacenados por alguien que nunca ha visto, selecciona la botella que quiere, llama a un lector de código de barras en la aplicación, luego escanea y paga con otro toque.

Este nuevo supermercado sin personal, con una pared de neveras y otra de estantes empaquetados en un contenedor de 22 metros cuadrados, ha hecho que sea mucho más conveniente vivir en Eket, un pueblo de apenas 400 personas, ubicado en la región sueca de Skåne.

La star-up Lifvs ha abierto 19 bocas en todo el país, eligiendo lugares remotos que han perdido sus tiendas locales.



### 19 aperturas en un año

La empresa sueca de supermercados Lifvs ha abierto 19 tiendas de este tipo en Suecia desde principios del año pasado, eligiendo entre los miles de pequeños pueblos y ciudades que han visto cerrar sus tiendas de comestibles en las últimas décadas.

En 1985, había 8.500 supermercados en Suecia. En 2010 eran menos de 3.500. Eket tenía un pequeño super-

mercado, pero a medida que la población fue disminuyendo, cerró.

Anita Eriksson, responsable del funcionamiento, abastecimiento y limpieza de la nueva tienda, junto con otros en pueblos cercanos, opina que la economía de Lifvs supera a la de las tiendas tradicionales.

"La diferencia es que tenían gente trabajando allí todo el tiempo, yo sola tengo tres tiendas y estamos abiertos las 24 horas del día".

Lifvs apunta a tener clusters más grandes, con un solo empleado para 4 o 5 tiendas, sin más personal.

Las tiendas se instalan en contenedores, por lo que pueden colocarse donde la empresa ve un mercado y luego retirarse si no funciona.

El supermercado tiene más de 500 productos diferentes, con la mayoría de los elementos esenciales cubiertos, como carne, ensalada, verduras y helado, y el interior tiene una sensación y una marca similar a la de un supermercado normal.

En realidad se trata de una tienda de surtido completo pero, debido a que el espacio es limitado, solo ofrece una marca de cada producto.



Refrigeración Industrial y Comercial

## Soluciones Integrales para Supermercados



**Realizamos obras llave en mano para toda la cadena de frío de su empresa.**

### HELADERAS COMERCIALES Y EXHIBIDORAS

Fabricadas con estándares internacionales de calidad que permiten conservar todo tipo de alimentos. Bateas altas y bajas que se adaptan a la necesidad de cada comercio.

### CENTRALES DE FRÍO ALIMENTARIO

Desarrolladas para media y baja temperatura. Reducen costos con alto rendimiento para supermercados, hoteles y laboratorios, entre otros.

### CÁMARAS FRIGORÍFICAS MODULARES

Construidas con un sistema modular de paneles frigoríficos. Para todo tipo de instalación agroalimentaria, como cámaras de media temperatura, sala de preparado, cámaras de congelación y túneles de congelado.

**Asistencia técnica** en todo el país, los **365 días del año** • **Servicio postventa** y **garantía AUDISIO**  
**Asesoramiento** personalizado • **Fabricación propia**

Espora 4224 Calle 14 | B1672AUN  
Villa Lynch, Pcia. de Buenos Aires | Argentina

T/F. +54 11 4713-3499  
[Líneas Rotativas]  
[www.frio-audisio.com.ar](http://www.frio-audisio.com.ar)

# Tendencias globales en artículos para el hogar

La consultora especializada Kate Usher analiza las consecuencias de la pandemia en la vida diaria.

U n “cisne negro” como es la pandemia de Covid-19 no hará que desaparezcan las megatendencias actuales, pero generará una serie de cambios en las actitudes y comportamientos de los consumidores que debemos tener muy en cuenta.

Kate Usher, consultora del sitio especializado Trend Bible, estaba programada para brindar una conferencia en The Inspired Home Show de la Asociación Internacional de Artículos para el Hogar

al menos una década”, dijo Usher.

“Sin embargo, la forma en que respondemos a estas mega tendencias está sujeta al escenario específico en el que nos encontremos y dónde se encuentran nuestras prioridades”, explicó.

La tendencia actual de sostenibilidad, por ejemplo, que se ha traducido en compras más éticas en los últimos años, se vio debilitada en la crisis. Consumidores que anteriormente tomaron decisiones de compra basadas en preocupaciones éticas pueden necesitar optar



Kate Usher.

(IHA) en marzo de 2020, un evento que fue cancelado por la pandemia.

Luego de que se cancelara el programa, Usher grabó un seminario web con los aspectos más destacados de la presentación. Allí dijo: “No existe un reglamento para la duración de una tendencia. Son elusivas y fluidas como los seres humanos que las hacen existir”.

Usher enfatizó que las megatendencias, incluidas las actuales como la sostenibilidad, el envejecimiento de la población y la urbanización, rara vez desaparecen ante los eventos disruptivos como el actual. “Son cambios importantes que suelen tener relevancia durante

por productos más baratos y menos amigables con el medio ambiente, a causa de las dificultades económicas.

“Eso no significa que la tendencia no volverá con más fuerza que nunca una vez que termine la crisis”, explicó.

Otra tendencia que Trend Bible espera que disminuya después de la crisis es la búsqueda de conveniencia.

## La comodidad pierde puntos

“Los jefes de familia están redescubriendo el valor de hacer las cosas más lentamente y más a fondo durante el encierro”, explicó Usher. “Las ventas

de harina se están disparando a medida que los consumidores recurren al horneado como una tarea doméstica terapéutica, y muchos realmente disfrutaban y alivian el estrés al lavar los platos. La comodidad ya no es el objetivo central”.

“¿Cómo pueden los fabricantes y los retailers apoyar y conectarse con los clientes durante la pandemia?”, dijo Usher. “Puede que no se trate de vender productos, sino de establecer conexiones con las personas. En tiempos de incertidumbre, las marcas que resuenan con nuestra necesidad de comodidad, seguridad y autenticidad serán aquellas a las que recurriremos una vez que tengamos la capacidad de hacerlo”.

Usher identificó 4 tendencias clave, impulsoras del cambio para 2021:

- **Reconectarse:** Antes de la pandemia ya se notaba un aumento significativo de la cantidad de personas que socializaban y se entretenían en casa, celebrando los momentos ordinarios de la vida. Este es un antídoto cada vez más popular frente a las grandes reuniones sociales, viajes y experiencias llamativas en las redes sociales. Esto continuará después de la crisis, a medida que las personas busquen reconectarse en pequeños grupos en la vida real.

- **Expresarse:** muchas marcas de moda se están moviendo hacia el mercado de los interiores de casas, lo que ha hecho que personalizar el hogar sea más accesible que nunca. Como resultado, los colores más atrevidos se están volviendo cada vez más populares para el hogar y los artículos domésticos.

- **Opciones conscientes:** muchos consumidores seguirán buscando formas de reducir su huella medioambiental. Los frascos de vidrio se volverán aún más populares, como una opción de almacenamiento duradero, pero también por su capacidad para sellar la frescura de los alimentos y reducir el desperdicio.

- **Hogar purificado:** la tendencia de “La alegría de estar limpio y ordenado” solo aumentará a medida que los consumidores “busquen recuperar algo de control en sus ajetreadas y caóticas vidas”, dijo Usher, quien predijo que muchos tomarán medidas preventivas para mejorar la calidad del aire interior y minimizar la toxicidad a través de textiles, superficies y productos de limpieza ecológicos.



# The Inspired Home Show cambia de fecha en 2021

Cancelado el evento de marzo, se fijó el mes de agosto para el próximo año

**L**a Asociación Internacional de Artículos para el Hogar (IHA) anunció que su reunión anual se llevará a cabo del 7 al 10 de agosto de 2021 en el Centro de Convenciones McCormick Place, en Chicago. El evento había sido programado previamente del 13 y 16 de marzo del año próximo.

"A medida que la pandemia continuó en el verano, tuvimos múltiples conversaciones con nuestra Junta de Directores, miembros expositores y compradores minoristas, todos los cuales estaban experimentando

aprensión sobre la capacidad convocar a la industria de manera segura en marzo de 2021", declaró Derek Miller, presidente de la IHA.

"Si bien el Show sigue siendo una parte fundamental de sus negocios, la salud y la seguridad de nuestra industria es nuestra primera prioridad y trasladar el evento a fines de año permite más tiempo para que las autoridades manejen esta crisis", agregó.

La decisión de posponer el Show hasta agosto de 2021 se da con el apoyo universal de la comunidad minorista de artículos para el hogar.

"Hablamos con minoristas clave, nacionales e internacionales, todos ellos han expresado su deseo de tener un Show cara a cara en 2021 y están entusiasmados con la celebración del Show más adelante en el año", dijo Miller.

Donde la industria se conecta con la

*Innovación e Inspiración*

¡Diferencie su oferta y obtenga una ventaja competitiva al obtener productos, tendencias e ideas que aún no están disponibles en su mercado!

[TheInspiredHomeShow.com](http://TheInspiredHomeShow.com)

**Encuentre:** ¡Miles de productos nuevos e innovadores para el hogar y de internet de las cosas!

**Aprenda:** ¡Acerca de las tendencias de color y del consumidor; las mejores prácticas minoristas; diseño y hogar inteligente!

**Descubra:** ¡Nuevos conceptos minoristas que inspiran, comercialización y posicionamiento de marca!

**Visite:** ¡Tiendas de clase mundial como Crate & Barrel, Williams-Sonoma y The Container Store!



**THE  
INSPIRED  
HOME  
SHOW** IHA'S GLOBAL HOME +  
HOUSEWARES MARKET

Nueva fecha: 7-10 de agosto | Chicago, Estados Unidos

Para mayor información también pueden contactar a nuestro representante para el Housewares Show en Argentina: Alex Pinheiro, Monchy Lacroix, Tel: +55 11 95431 6634, [alex@monchylacroix.com](mailto:alex@monchylacroix.com)



# La exposición Presentes se hizo virtual en 2020

La primera muestra virtual de decoración, muebles y regalos incluye stands, charlas, catálogos online, asesoramiento por chat y videollamadas para consultas y pedidos.

**L**a exposición internacional Presentes ya está llevando a cabo su primera edición virtual.

Desde el 2 y hasta el 12 de septiembre, se puede recorrer a través de la página web oficial, destinada especialmente para los visitantes.

Vale destacar que la plataforma permanecerá activa durante las 24 horas de los diez días que dura la expo, por lo que se podrá visitar a cualquier hora o día de la semana.

El recorrido virtual permitirá que comerciantes, mayoristas, distribuidores, hoteleros, gastronómicos y profesionales de los sectores bazar, decoración, muebles, cuadros iluminación, regalos, polirrubro, marroquinería, Navidad, textil para el hogar, bath & body de todo el país, e incluso del mundo, puedan con-

tactar con proveedores y hacer negocios, sin necesidad de moverse de su casa. en más de 350 stands de fabricantes nacionales e importadores.

que todos nuestros expositores y visitantes tuvieran la oportunidad de hacer buenos negocios desde la seguridad de sus casas”, afirmó Daniel Martínez Font, integrante de Comité Ejecutivo, la empresa encargada de la organización de expo Presentes.

Los visitantes,



“Debido al contexto actual marcado por la emergencia sanitaria, desde el comité que organiza Presentes, nos pareció adecuado adaptar la expo al formato virtual para

además de recorrer los stands, contarán con aplicaciones para contactar a los expositores y realizar reuniones personalizadas, también podrán hacer videollamadas de consulta, descargar información y catálogos, e incluso realizar pedidos

# PRESENTES VIRTUAL

LA **PRIMERA EXPO DIGITAL MAYORISTA** DE MUEBLES,  
ILUMINACIÓN, DECORACIÓN, BAZAR, TEXTIL, MARROQUINERÍA,  
REGALOS Y MUCHO MÁS...

**2 AL 12 DE SEPTIEMBRE**

PREACREDITATE EN  
**EXPOPRESENTES.COM.AR/PRESENTESVIRTUAL**

**10 DÍAS** DE EXPOSICIÓN Y MÁS DE **350 STANDS**  
DE FABRICANTES NACIONALES E IMPORTADORES  
**EN UN SOLO LUGAR**

ENCONTRÁ **NUEVOS PROVEEDORES**,  
Y VIVÍ UNA EXPERIENCIA DIGITAL ÚNICA,  
ESTÉS DONDE ESTÉS.

ORGANIZA:



AUSPICIA:



EXPOSICIÓN MAYORISTA PARA PROFESIONALES Y COMERCIOS DEL SECTOR.

# tecnofidta

## ● Nueva fecha para Tecno Fidta

Messe Frankfurt Argentina emitió un comunicado anunciando que el evento, se debía realizar en septiembre de este año, se llevará a cabo del 20 al 23 de abril de 2021.

El comunicado dice: "Conforme a los hechos de público conocimiento relacionados con la propagación del nuevo coronavirus (Sars-Cov-2) y siguiendo las políticas, recomendaciones y disposiciones en materia de prevención de la salud implementadas por las autoridades nacionales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como organizadores de Tecno Fidta nos vemos obligados a postergar la mayor exposición de la industria de tecnología alimentaria que tiene nuestro país. La misma se llevará a cabo del 20 al 23 de abril de 2021 en el Centro Costa Salguero.

"Con esta difícil decisión -agregamos- buscamos seguir respaldando al sector mientras atraviesa tiempos extraordinarios, para que las empresas expositoras y los visitantes profesionales puedan dar el presente, siempre priorizando su salud y seguridad".

"Debemos actuar con responsabilidad y por eso desde Messe Frankfurt Argentina nos comprometemos a colaborar y acompañar todas las medidas preventivas que compartimos con los demás protagonistas de la industria del procesamiento alimentario".

"Estamos seguros -finaliza el comunicado- de que, en el escenario que viene, una exposición como Tecno Fidta es fundamental para promover y reactivar los negocios, así como dar solidez a la industria con conocimientos de vanguardia, novedades tecnológicas y valiosos contactos profesionales".



Capacitación de GS1 en Tecno Fidta.

## Certificación para CAME Educativa



La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) informó que la Secretaría de Capacitación de la entidad ha aprobado con éxito la auditoría de seguimiento de la certificación de las normas ISO 9001:2015, ante el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM).

Esta certificación avala la calidad de los procesos de diseño, planificación, implementación, control y mejora de actividades de capacitación presenciales y a distancia, para la formación de propietarios, directivos y empleados de empresas PyMEs de todo el país.

Cabe destacar que dicha certificación afirma que el sector:

- Asegura un alto estándar de calidad en todas las actividades de capacitación, desde la etapa de diseño hasta la de implementación.
- Desarrolla metodologías sistematizadas para la gestión de todas sus actividades de capacitación con el fin de satisfacer los requisitos, expectativas y necesidades de nuestras cámaras adheridas y sus pymes asociadas, con calidad y eficiencia.

De tal forma, se demuestra el compromiso de la entidad con la mejora continua de sus procesos con el más alto nivel de calidad, brindando a las entidades asociadas la excelencia que merecen, fortaleciéndolas con herramientas claves para su desarrollo.

Desde CAS & FASA felicitamos a todo el equipo de la Secretaría de Capacitación integrado por Carla Vinciguerra, Roxana Godoy, Sebastián Peralta, Ricardo Freilij y Gastón Grizzo.

## ● Iniciativa solidaria de Bodegas Bianchi

Por la pandemia de Coronavirus y la necesidad de quedarse en casa en los últimos meses algunos restaurantes cerraron sus puertas y otros trabajan centrando su oferta en el deli-

brinda experiencias únicas en casa.

El objetivo de Hoy a la Carta es impulsar las ventas por delivery o take away del canal gastronómico durante la emergencia sanitaria.



very o el take away. En este contexto difícil para el canal gastronómico, Bodegas Bianchi -pionera en el comercio online de vinos en Argentina- lanzó [www.hoyalacarta.com.ar](http://www.hoyalacarta.com.ar).

Se trata de una plataforma que ofrece en forma gratuita mayor visibilidad on line a la oferta gastronómica de los restaurantes y promociones con vinos de la bodega, al tiempo que

Haciendo un pedido al restaurante la bodega regala el vino para acompañar la comida.

"Come rico, disfruta de un buen vino y acompaña a un restaurante son las ideas que dan sustento a esta iniciativa solidaria que Hoy a la Carta le propone a sus usuarios"- explica Felipe Cordeyro Equiza, Gerente Comercial de Bodegas Bianchi.



SUPER

EN CASA

¡Pedí hoy la APP!

**CON SUPER EN CASA NOS CUIDAMOS ENTRE TODOS**

TUS CLIENTES TE SIGUEN COMPRANDO SIN SALIR DE SU CASA.

**PROMOCIÓN ESPECIAL**

Tus clientes, además de tener la app para consumidores finales en ANDROID y iPhone, también pueden acceder vía web

**PEDILE A TU PROVEEDOR DE SISTEMAS DE CAJAS QUE CONECTE CON NOSOTROS**

Descargá la APP desde el Play Store de ANDROID



**LOCALES ADHERIDOS:**



y muchos más...

(011) 15 2818-8804

alunius@scanntech.com

**¡¡ VAMOS ARGENTINA, JUNTOS PODEMOS !!**

#MEQUEDOENCASA





## El súper de Firmat, para Firmat y la región pensado para usted

Córdoba 1066 - (CP 2630) - Firmat - Santa Fe - Te. (03465) - 425725  
1° de Mayo 1358 - (CP 2630) - Firmat - Santa Fe - Te. (03465) - 424100  
San Martín 1660 - (CP 2630) - Firmat - Santa Fe - Te. (03465) - 423982  
San Martín 1383 - (CP 2177) - Bigand - Santa Fe - Te. (03464) - 460103  
25 de Mayo y Moreno - (CP 2117) - Alcorta - Santa Fe - Te. (03465) - 471200

Estamos en cada  
punto de la  
ciudad

**SUPERMERCADOS  
TOMAS  
de Leon**

General Pico

Estamos  
desde siempre,  
muy cerca tuyo.

- Centro: Calle 20 esq. 13
- FONAVI: Calle 116 esq. 7
- Villa Margarita: Calle 105 e/18 y 20
- Barrio Este: Calle 23 e/22 y 24
- Barrio Este II: Calle 10 esq. 27



# SUPER EN CASA

La app para comprar desde casa  
en tu supermercado de siempre

## Algunos de los supermercados que ya son parte de SUPER EN CASA



*¡nuevo!*



*Inspirado en todo  
lo rico de la Patagonia*



/tonadita

Elaborado y envasado por  
**elcor** S.A.