

CAS & FASA
LA REVISTA DE LOS SÚPER ARGENTINOS



ANUARIO 2025

AÑO 26 EDICIÓN 204 | DICIEMBRE 2025



Resumen de un año con muchos desafíos

Frente a un consumo reducido, los Súper Argentinos ofrecieron opciones atractivas para los consumidores. Intensa actividad de CAS y FASA. Se realizaron las 43^{as} Jornadas del Supermercadismo. Egresaron los primeros graduados en EAS/CAECE. Propuestas pensando en el futuro del sector.



OPERANDO DESDE LA ZONA SUR DEL GRAN BUENOS AIRES

CON MAS DE 20 AÑOS DE
TRAYECTORIA EN EL MERCADO



Víctor Palpacelli
Presidente de CAS



Ricardo Zorzón
Presidente de FASA

EDITORIAL

¡Feliz 2026!

Transcurrido 2025, y después de muchas vicisitudes, podemos decir, sin temor a equivocarnos, que el supermercadismo argentino sigue en pie y con más fuerza que nunca.

Después de muchos años estamos viviendo la experiencia de competir sin precios controlados por el gobierno, pero siempre atentos a evitar excesos por aumentos injustificados.

Después de sufrir la inflación durante tantos años, esta es una experiencia nueva, que nos obliga a ser cada vez más eficientes.

Por eso invertimos para mejorar nuestras instalaciones, capacitamos a nuestros colaboradores y buscamos ofrecer un servicio de excelencia.

Este ha sido un gran avance del actual Gobierno, algo que debemos reconocer, pero también somos conscientes de que todavía queda mucho por hacer para superar el enorme deterioro que venimos experimentando desde hace décadas.

Tenemos expectativas optimistas en cuanto a las reformas laboral e impositiva. Argentina sufre una de las presiones fiscales más asfixiantes del mundo, lo que nos impide crecer y competir en igualdad de condiciones, especialmente cuando más de la mitad de las actividades comerciales del país se desarrollan en la informalidad.

Seguimos trabajando con el empeño de siempre en nuestras instituciones, propiciando acuerdos que beneficien a todos nuestros asociados, como es el caso de ANSES, de entidades bancarias, tarjetas de crédito y billeteras virtuales, entre otras.

También apoyamos las iniciativas de nuestros colegas que decidieron crear nuevas entidades representativas de distintas regiones, lograr una amplia representatividad le brindará mayor fortaleza al sector para seguir creciendo.

El anuario 2025

Con esta edición especial de la revista CAS & FASA volvemos a la impresión en papel, como lo vinimos haciendo durante más de 25 años, hasta antes de la pandemia.

Luego de un período de interrupción, motivado por las dificultades para imprimir, volvemos con un anuario que también estará disponible en nuestra página web, en su versión digital.

Somos conscientes de la importancia de los medios digitales y de las redes sociales, por lo que estamos poniendo énfasis en multiplicar nuestras actividades en dichos canales. Además, estamos generando nuevas herramientas para facilitar y potenciar la comunicación de los proveedores –actuales o futuros– con nuestros socios supermercadistas.

Tenemos fundadas expectativas para ser optimistas y confiamos en que se producirán cambios positivos en la Argentina, tanto desde el punto de vista político, como en lo referido a la organización económica.

¡Por eso, auguramos un excelente año 2026 para todos y trabajaremos duro para que así sea!

PUBLICACION OFICIAL DE LA CÁMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y DE LA FEDERACION ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS Viamonte 342 - 2° y 3° (C1053ABH) - CABA Tel / WhatsApp: + 54 9 11 5565 5432 Director: Lic. Fernando Aguirre Año 26 - Edición 204

CÁMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS (CAS)
Comisión Directiva 2024-2026

Presidente: Víctor Hugo Palpacelli
Vicepresidente: Javier Alejandro Cardini
Secretario: Carlos Beltrán
Prosecretario: Omar Roberto Fanaro
Tesorero: Jorge Luis Testa
Protesorero: Emir Alejandro Omar

Vocales Titulares: Ricardo Alberto Zorzón, José Bruno, José Martín Blanch, Alcides Rocco, Marcelo Gustavo Schvarzstein.

Vocales Suplentes: Diego Ponte, Jorge Kilgelmann, Eduardo Antoniazz, Felipe Kohn, Guillermo Schiavoni, Gustavo Grillo, Alberto Castro.

Comisión Revisora de Cuentas
Titulares: Gabriel Rosica, Jorge Alfredo Aguirre, José Diego Reboredo.
Suplentes: Ernesto Gutiérrez, Esteban Benítez, Ernesto Barbero, Carlos Tarditti.

FEDERACION ARGENTINA DE SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS
Comisión Directiva 2024 - 2026

Presidente: Ricardo Alberto Zorzón
Vicepresidente: Ricardo Cáceres
Secretario: Sergio Cassinerio
Prosecretario: Marcelo Gustavo Schvarzstein
Tesorero: Jorge Luis Testa
Protesorero: Luciano Di Santo

Vocales Titulares: Julio Ramírez, Laura Kobrinsky, Gabriel Rosica, Carlos Werlen, Guillermo Saccomani

Vocales Suplentes: Mariano Martín, María Elizabeth Raffin, Gustavo Grillo, Joaquín Bonitatibus, José Diego Reboredo, Mario Moreno

Comisión Revisora de Cuentas
Titulares: Ernesto Barbero, Juan Manuel López, Federico De Petri
Suplentes: Felipe Kohn, Jorge Alfredo Aguirre

Editor de CAS & FASA. Fernando Aguirre
faguirre@cas.com.ar - <https://cas.com.ar/>
Viamonte 342 - 3° (C1053ABH) - CABA
Tel / WhatsApp: + 54 9 11 5565 5432

STAFF & CONTENIDO

- 04 CAS y FASA, dos entidades trabajando con el mismo objetivo.
- 10 FASA festejó su 40° aniversario.
- 20 Brillantes Jornadas en el centro del país.
- 34 CASAR crece en el sur de Rosario.
- 36 CSACH: la entidad pionera del supermercadismo en la Argentina.
- 38 CASAT representa al sector en la provincia de Tucumán.
- 40 CAPYMEF: la voz de las PyMEs formoseñas.
- 42 CAM.S.A.FE: tradición familiar y visión de futuro en Santa Fe.
- 44 Centro de Autoservicios y Supermercados de Concordia.
- 46 Buenos Aires ya tiene su cámara.
- 48 CADIMRO: renovación y continuidad en Rosario.
- 50 La cámara correntina está en pleno funcionamiento.
- 52 La Cámara Argentina de Productos Saludables sigue creciendo.
- 54 Sentido homenaje a Ovidio Bolo.
- 56 Entrega de diplomas de la EAS.
- 62 Innovación colaborativa para transformar al canal retail.
- 66 Capacitación internacional en transporte y logística.
- 70 Una historia de esfuerzo, valores y sueños compartidos.
- 74 GS1 Argentina celebra 40 años liderando la transformación digital.
- 80 Publicidad en el Punto de Venta.
- 82 Euroshop Edición 2026, se augura alta participación.
- 86 El futuro de las marcas propias.
- 88 Stock y abastecimiento equalizado.



SIMPLIFICA TU RUTINA DIARIA

PROTEGE CONTRA LOS RAYOS UV E HIDRATA



Ácido Hialurónico



Licochalcona A

NUEVOS



MARCA N°1 DEL MUNDO EN PROTECCIÓN SOLAR*

Fuente: Euromonitor International Limited. NIVEA es la categoría de Cuidado Solar más Vendida. Sólo: Alta Fuerza y Autoabronceador, en término de precios al por menor 2024.



CAS Y FASA, dos entidades que trabajan con el mismo objetivo

La Cámara y la Federación que agrupan a los supermercados y autoservicios PyMEs actúan de manera coordinada para llevar adelante las acciones que requieren sus asociados para gestionar, de manera exitosa, el complejo negocio del retail.

La Cámara Argentina de Supermercados (CAS) comenzó sus actividades en 1961, por iniciativa de un grupo de empresarios que vislumbraron el fuerte crecimiento que tendría la actividad. Ya han transcurrido más de 60 años en los cuales los integrantes de la Cámara han impulsado el desarrollo del comercio de productos de consumo masivo en un entorno de libre competencia. Sus socios activos son cadenas regionales, cooperativas de consumo, hipermercados,

supermercados y autoservicios independientes. Son todas firmas de capital nacional, con un elevado porcentaje de empresas familiares.

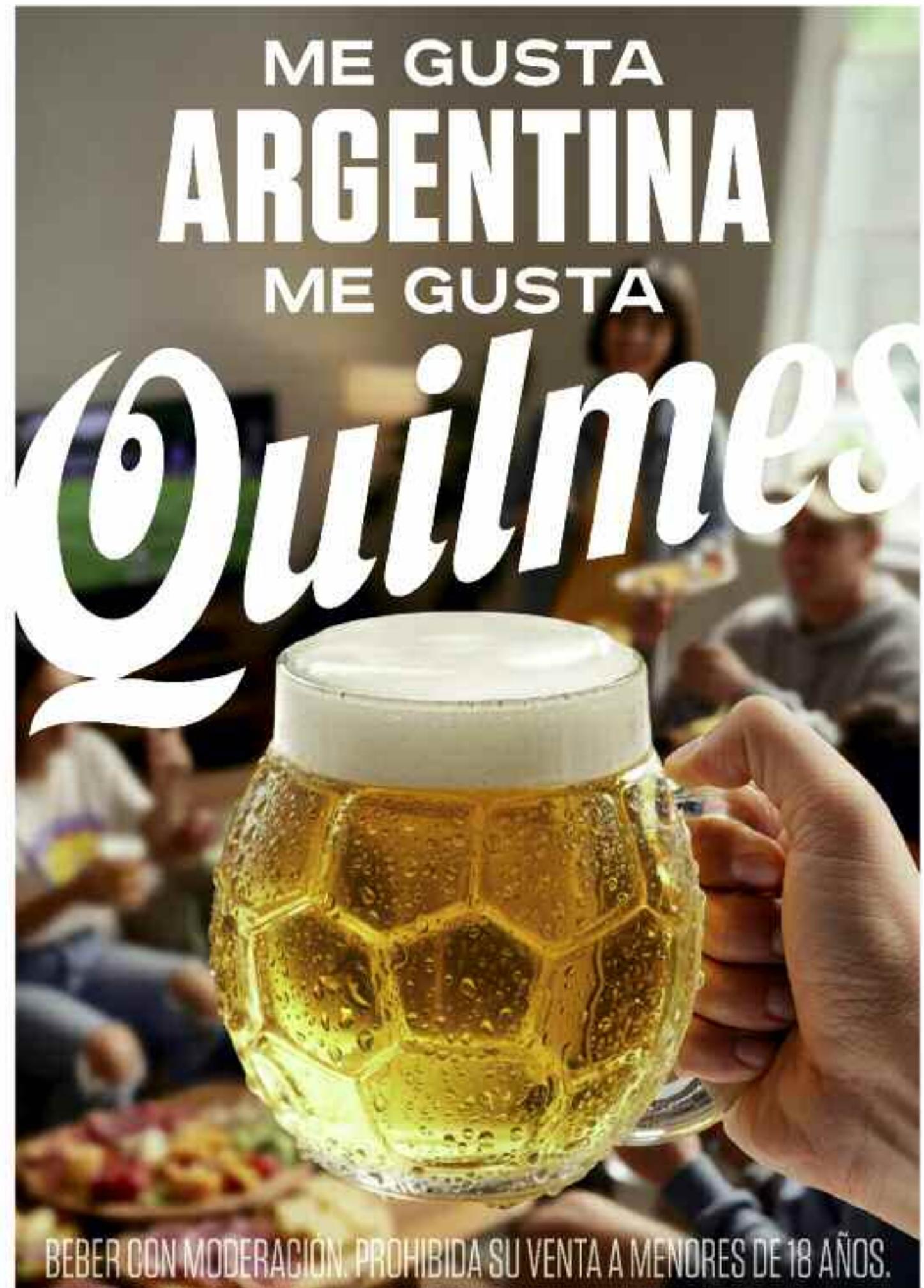
También están asociadas a CAS empresas proveedoras que ofrecen sus productos y servicios a los supermercados.

La Federación

La Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA) es una entidad gremial empresaria de segundo grado, que desde hace 45 años trabaja representan-

do e impulsando al supermercadismo de todo el país.

Más de dos décadas después de la fundación de CAS, la aparición de cámaras provinciales como CASAC, en Córdoba; CASAR, en Rosario; CASAT, en Tucumán y la Cámara de Supermercados de Chaco, entre otras, justificaron la creación de una Federación que las representara a nivel nacional. Hoy FASA agrupa a cámaras y asociaciones provinciales y regionales, que fueron surgiendo como resultado del crecimiento del sector.





FERNANDO BEARZI, CEO DE MODO, VISITO CAS/FASA

Gran interés despertó la charla brindada por el directorio de una de las principales billeteras digitales que operan en el país, considerando que la forma de pago se ha convertido en uno de los principales puntos a tener en cuenta en el retail actual.

Actualmente también son socios activos los grupos de compras, una modalidad asociativa que permite la agrupación de empresas con un fin específico, la compra en conjunto. Con aproximadamente 3.000 locales comerciales y más de 110.000 empleados, los socios de FASA conforman la cadena comercial más importante del país por su extensión y penetración territorial, una red de supermercados que se identifica como "Súper Argentinos".

Un trabajo en conjunto

Desde sus inicios, el supermercadismo argentino se caracterizó por brindar un servicio de primer nivel, integrado con las comunidades en las que opera. El reconocimiento de sus clientes le ha permitido sortear las amenazas y dificultades que debió enfrentar. En ese sentido, el trabajo mancomunado de CAS y FASA en el territorio nacional ha servido de sostén para las empresas del sector.

La participación de los supermercadistas argentinos, independientemente del tamaño de sus empresas, y de su ubicación geográfica, es de fundamental importancia para alcanzar las metas que se propusieron los visionarios que fundaron ambas entidades.

El compromiso de los empresarios es clave para fortalecer al supermercadismo argentino, un sector indispensable para que la Argentina cuente con un comercio de consumo masivo eficiente y competitivo, apoyado en empresas nacionales que se destacan por ser fuertes generadoras de puestos de trabajo estables y formalizados, como lo exigen las normas laborales.

Principales objetivos

Hoy, CAS y FASA son entidades dinámicas, modernas y participativas, con socios en todo el territorio nacional, que actúan decididamente para cumplir su misión de representar, defender e integrar al supermercadismo

argentino, conscientes del papel estratégico que le cabe al comercio de productos de consumo masivo y, en especial, al de alimentos.

Son entidades reconocidas por su liderazgo sectorial y por representar a un sector integrado por empresarios argentinos profundamente comprometidos con el país.

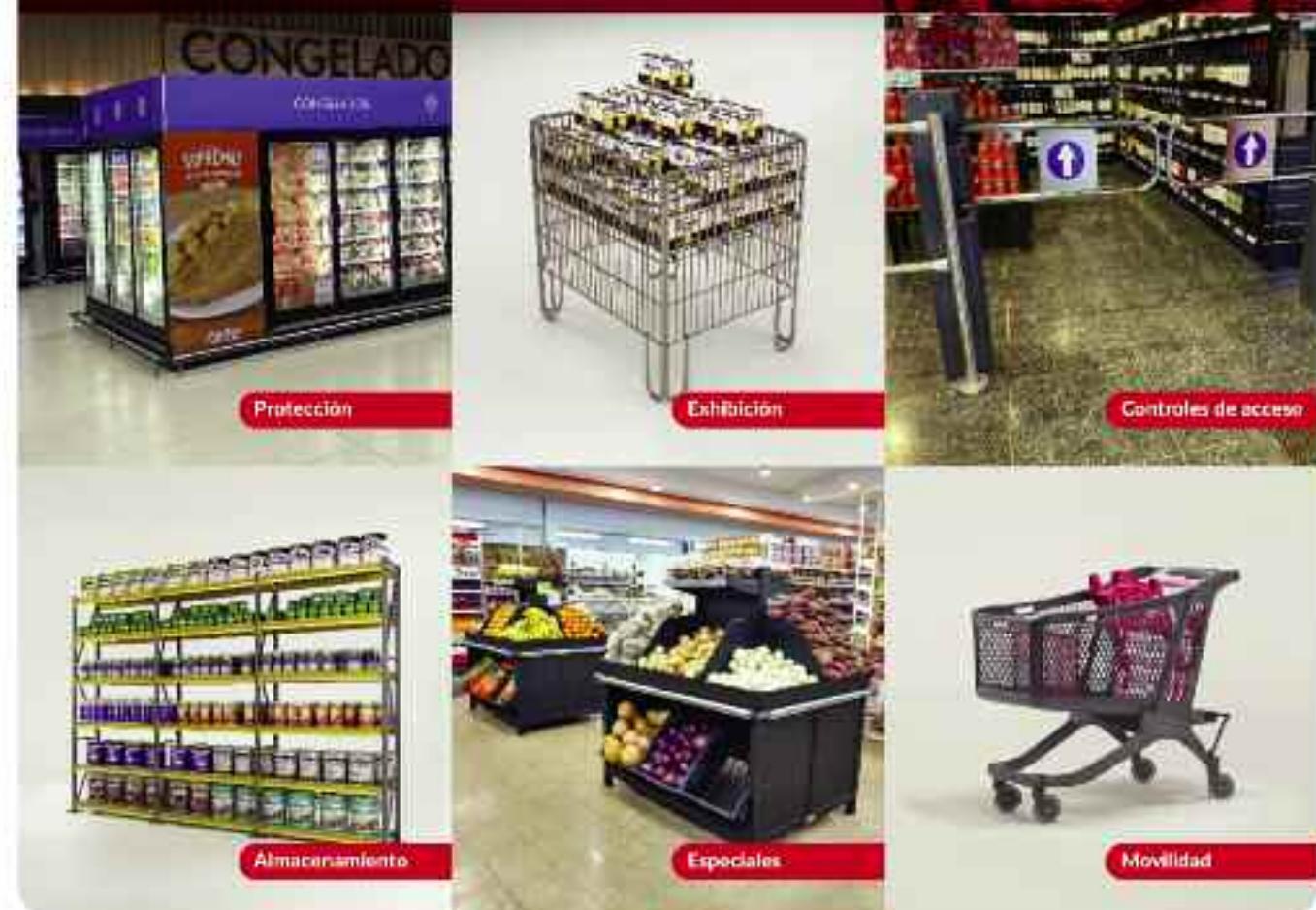
Las entidades ofrecen servicios de calidad a sus asociados, promoviendo la participación de todos ellos en las distintas actividades que se realizan.

Para poder llevar a cabo esta misión, incentivan el profesionalismo de su equipo de trabajo, capaz de desarrollar y realizar proyectos y programas, que promuevan la competencia leal, el comercio formal y la productividad. De esta forma es posible brindar asesoramiento legal, impositivo, laboral, etc. y llevar a cabo actividades de promoción del comercio entre sus asociados y proveedores regionales de todo el país.

CALIDAD . SERVICIO . DISEÑO

SOLUCIONES PARA EL RETAIL

Optimice las áreas de su negocio



→ Desde hace más de 45 años en Grupo Escoda diseñamos y producimos productos de alta calidad con una larga vida útil que se adaptan a las características de cada negocio. Desde minimercados hasta mayoristas cubrimos las necesidades de todas las escalas y superficies con una amplia gama de productos y un servicio integral que va desde el asesoramiento hasta el desarrollo de obras completas.

¡Descubra todas las posibilidades que tenemos para su negocio!

CONTACTO

TELÉFONO

[54 11] 011.5882 5776

MAIL & WEB

Info@grupoescoda.com
www.grupoescoda.com

REDES

Grupo Escoda
grupo_escoda

HACEMOS
QUE TODO SE
VEA MEJOR





ACUERDO EN EL MINISTERIO DE CAPITAL HUMANO

La ministra Sandra Pettovello recibió a funcionarios y representantes de cámaras empresariales para concretar un importante acuerdo que permite a jubilados y pensionados acceder a descuentos y reintegros en supermercados de todo el país.

También representan a sus asociados ante autoridades nacionales, provinciales y municipales, asesorándolos en las distintas cuestiones que hacen al desarrollo de sus actividades. Por otro lado, actúan como facilitadoras en las relaciones comerciales con sus proveedores cuando así lo requieren. Al mismo tiempo, desarrollan una intensa actividad en materia de capacitación para colaborar en la formación y el desarrollo de su personal.

Así es que hace tres años se concretó un viejo anhelo del sector con la creación de la Escuela Argentina del Supermercadismo (EAS), en la que se dictan varias diplomaturas en conjunto con la Universidad CAECE, de la Cámara Argentina de Comercio, al igual que cursos específicos de corta duración.

Múltiples actividades

Todos los meses, en la sede conjunta de CAS y FASA, ubicada en la calle Viamonte de la ciudad de Buenos Aires, se desarrolla una reunión a la que pueden concurrir todos los asociados y también llega a todo el país vía Internet. Todos los socios pueden participar –tanto de manera presencial como virtual– en las reuniones donde se analizan los problemas más importantes del momento.

En dichas reuniones también se llevan a cabo visitas de distintas personalidades que interesan al sector, como recientemente ocurrió con el CEO de la billetera virtual MODO, Fernando Bearzi, quien explicó la forma en que opera la misma y los planes que están preparando para el futuro. CAS y FASA también concurren a Rondas de Negocios en todo el país con frecuencia.

Al mismo tiempo, participan en actividades de sus asociados, como es el caso de las recientes Jornadas del Supermercadismo, organizadas por la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Córdoba.

Los directivos de CAS y FASA también concurren a distintas reuniones y audiencias, como es el caso de la reunión donde los presidentes de ambas entidades participaron en una audiencia con la ministra de Capital Humano, Sandra Pettovello y representantes de organismos estatales, además de empresas del sector financiero. En dicha reunión se firmó un acuerdo con ANSES y el Banco Nación para que los supermercados socios de CAS y FASA participen en los planes de descuentos que se otorguen tanto a jubilados como a pensionados.

C Hasar

EL ALIADO ESTRATÉGICO DEL COMERCIO MODERNO

Más de medio siglo ofreciendo soluciones integrales con una visión 360° para negocios de todo tipo de tamaño, respaldados por una red de soporte en todo el país.

LLEGÓ LA BALANZA QUE ESTABAS ESPERANDO

DIGI VOLVIO AL PAÍS JUNTO A HASAR

La nueva balanza SM5300 es ideal para promociones y ofertas, además cuenta con etiquetadora integrada y doble pantalla.



PANTALLA DE 7" A COLOR

Muestra publicidades en tiempo real, generando nuevas oportunidades.

IMPRESIÓN FLEXIBLE Y VELOZ

Tecnología linerless que permite aprovechar al máximo cada uno de los rollos de etiquetas.



INNOVACIÓN QUE SE SOSTIENE EN LA EXPERIENCIA

COMPANIA.GRUPOHASAR.COM | INFO@HASAR.COM | 011 4117-8900

@grupohasar | @compania.hasar



FASA festejó su 40° aniversario

Integrantes de la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios, reunidos en la sede social de la entidad, celebraron los 40 años de existencia de la institución que nuclea a cámaras y agrupaciones supermercadistas de todo el país.

Fundada el 8 de junio de 1985, la Federación se transformó a lo largo de los años en la entidad que representa al supermercadismo nacional integrado por cadenas regionales y supermercados independientes radicados a lo largo y a lo ancho de todo el país. FASA es una entidad netamente federal, que representa a supermercados y autoservicios de capital nacional, en su mayoría empresas familiares, que integran la Red Súper Argentinos, la más grande y de mayor penetración en el territorio nacional.

La Federación agrupa a cámaras que fueron surgiendo a lo largo de las décadas, como es el caso de las cámaras de Córdoba, de Rosario, de Santa Fe y Tucumán, entre otras, lo que le brinda una amplia cobertura a nivel nacional. También impulsa la creación de nuevas entidades, como es el

caso de la Cámara de Corrientes y, recientemente, la Cámara de Autoservicios y Supermercados de Buenos Aires. Además, integran la institución agrupaciones como el Grupo 2000, Rosario Compras, Milenio, CODISER, Giro y Grupo SAR, entre otras.

Trabajo y compromiso

"Festejamos 40 años de trabajo y compromiso –dijo Ricardo Zorzón, presidente de FASA–. "Son 40 años de duro trabajo al frente de nuestras empresas, invirtiendo y generando fuentes de trabajo con el firme compromiso de cumplir con el servicio esencial que brindamos a la comunidad, como quedó evidenciado durante la pandemia". "En esos años la tarea de FASA fue de gran importancia para nuestras empresas", resumió Zorzón. La Federación, integrada por 22 entidades, representa a sus socios

en gestiones ante autoridades nacionales provinciales y municipales, así como también frente a las organizaciones gremiales del sector y ante otras entidades empresarias.

"Nuestro principal objetivo es que la Red Súper Argentinos brinde un servicio de excelencia, por eso, frecuentemente, debemos asumir el papel de defensores de nuestros clientes, en gestiones que a veces son muy duras, por ejemplo con la industria proveedora", agregó el presidente de FASA.

"Los empresarios somos optimistas por naturaleza, por eso invertimos, confiando en que todo va a salir bien. En el caso de los supermercadistas argentinos, esta condición se eleva a la máxima potencia, dadas las condiciones en que debemos trabajar y los desafíos que enfrentamos permanentemente", reflexionó Zorzón.

elegí lo natural todos los días.

Hidratarte con agua mineral natural es cuidar tu cuerpo con lo más puro que la naturaleza te puede dar.

Sierra de los Padres

AGUA MINERAL NATURAL DE LAS SIERRAS

Conoce nuestra web: aguas.sierra.delospadres.com

Facebook, Instagram, TikTok, YouTube

"En este momento, cuando debemos hacer el balance de una trayectoria de cuatro décadas, los resultados son altamente satisfactorios y miramos el futuro con el optimismo de siempre, confiando en que estamos avanzando con mucho esfuerzo y dedicación, pensando en un futuro mejor para todos los argentinos", concluyó el supermercadista chaqueño.

La importancia de CAS

"Nos sentimos muy satisfechos por formar parte de FASA, la entidad que representa a empresarios con un elevado compromiso con las colectividades en las que se desempeñan, creando trabajo, invirtiendo y generando oportunidades", dijo Víctor Palpacelli, presidente de la Cámara Argentina de Supermercados (CAS).

"Desde CAS, la institución madre del supermercadismo argentino, felicitamos a todos los integrantes de

"En este momento, cuando debemos hacer el balance de una trayectoria de cuatro décadas, los resultados son altamente satisfactorios y miramos el futuro con el optimismo de siempre", dijo Ricardo Zorzón, presidente de FASA.

FASA y nos comprometemos a seguir trabajando codo a codo, como siempre, por el bien del sector", dijo Palpacelli.

El supermercadista cordobés destacó que la tarea conjunta que vienen realizando desde hace cuatro décadas ha sido de gran importancia para que supermercados de capital nacional de todo el país se afiancen como la cadena más importante del país, por la cantidad de locales con las que cuenta y por la penetración que ha logrado, tanto



DIRIGENTES DE PRIMER NIVEL FESTEJARON JUNTOS

Víctor Palpacelli, presidente de la Cámara Argentina de Supermercados; Ricardo Zorzón, presidente de FASA y Sergio Cassinero, presidente de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Rosario y la Región.

en las grandes ciudades como en los pueblos más pequeños del interior de la Argentina.

"El intenso trabajo que han realizado directivos de todo el país a lo largo de tantos años ha sido muy fructífero, y es a partir de ello que nuestras empresas han logrado un reconocimiento de toda la sociedad y de las distintas autoridades, así como también de nuestros proveedores, con quienes trabajamos de manera colaborativa en la mayoría de los casos", agregó.

"Todos los integrantes de CAS y FASA estamos comprometidos a seguir adelante en el camino que nos han marcado quienes nos precedieron. Así lo seguiremos haciendo por muchos años más", sintetizó Palpacelli.

Elevada representatividad

El presidente de la Cámara de Supermercados y Autoservicio de

Rosario y la Región (CASAR), Sergio Cassinero, destacó la importancia para las cámaras del interior del país de ser representadas por una entidad de prestigio de FASA.

Cassinero, quien ocupa el cargo de secretario de FASA, dijo: "Felicitamos a la Federación que integramos desde su creación, a la cual nos sentimos muy orgullosos de pertenecer. Sabemos que tenemos que seguir trabajando cada vez más unidos porque las circunstancias de nuestro país así nos lo exigen!".

"Enfrentamos múltiples desafíos que llegan a poner en riesgo la existencia de nuestras empresas, por eso contar con una entidad de la representatividad de FASA nos hace sentirnos más confiados, al mismo tiempo que nos compromete a seguir trabajando cada vez más intensamente por el bien del supermercadismo nacional", concluyó el presidente de CASAR.

APOLÓ
LIMPIEZA INDUSTRIAL

TRANSPORTAMOS A OTRA DIMENSIÓN
LA HIGIENE DE TU EMPRESA.

Somos sinónimo de calidad y servicio.

Apoló es una empresa moderna especializada en la fabricación y desarrollo de equipos de limpieza. Integramos en un sólo proceso el diseño de producto, producción, ventas y servicio post-venta. Apoló, enfocada en maquinaria para la limpieza profesional.

Limpieza profesional

Trabajamos con una amplia gama de maquinas de limpieza.

TU EMPRESA SIEMPRE LIMPIA.

- ✓ Oficinas
- ✓ Locales
- ✓ Supermercados
- ✓ Comercios
- ✓ Depósitos

Contacta con nosotros y descubre todo lo que podemos hacer por ti.

1149934724 1168607391
apolo.higieneindustrial@gmail.com

REDES
Apolo_higiene.industrial

DIRECCIÓN
Av Santa María 2546 (1648) Tigre Bs As, Argentina



**Somos Súper Argentinos
estamos en cada ciudad,
en cada pueblo, en todo el país.**



*Desde 1970 representando,
defendiendo y creciendo
junto a nuestros asociados.*



**Trabajamos en equipo para que
el supermercadismo tucumano
siga creciendo**



Centro de
Autoservicios
y Supermercados
de Concordia

Tradición supermercadista
en el interior del país



Cámara de Supermercados y Autoservicios del Chaco - desde 1942

**La cámara pionera
del supermercadismo
argentino**



**DESDE 1974
DEFENDIENDO AL SECTOR
SUPERMERCADISTA**

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



CÁMARA CORRIENTINA DE
SUPERMERCADOS Y AUTOSERVICIOS

**Corrientes dice presente para
apoyar a los Súper Argentinos**



CAMARA DE AUTOSERVICIOS Y
SUPERMERCADOS DE BUENOS AIRES



Cámara de Supermercados y Autoservicios
de Santa Fe y zona

SIEMPRE EN POS DEL DESARROLLO REGIONAL ARGENTINO

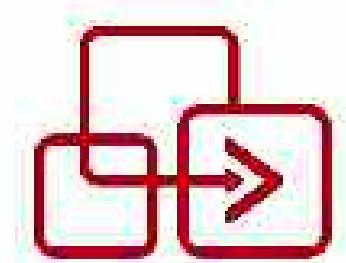
Cámara de Supermercados y Autoservicios de Santa Fe y zona
San Martín 2819 - Piso 2º - Oficina 4, Santa Fe
+54 0342 4558190 - supermercados.santafe@gmail.com
[/camsafe.oficial](http://camsafe.oficial) - www.supermercadosantafe.net

Argentina país saludable



CAMARA
ARGENTINA
DE PRODUCTOS
SALUDABLES

HAGAMOS QUE ESA SEA NUESTRA MARCA PAÍS



CADIMRO

Cámara de Almacenes y Distribuidores Mayoristas de Rosario.



Brillantes Jornadas en el centro del país

Córdoba se convirtió en el epicentro del supermercadismo nacional con la realización de las 43^{as} Jornadas del Supermercadismo Argentino, un encuentro que superó todas las expectativas y dejó en claro la fortaleza y proyección del sector.

La 43^a edición de las Jornadas del Supermercadismo Argentino se realizó los días 20 y 21 de agosto en el Hotel Quorum de la ciudad de Córdoba, transformándose en el encuentro más importante del retail nacional, que regresó a la provincia después de 20 años bajo el lema "Innovación y Mejores Prácticas". La organización del evento estuvo a cargo de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Córdoba (CASAC), la Cámara Argentina de Supermercados

(CAS), la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA) y la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), con un fuerte apoyo del Gobierno Provincial a través del Ministerio de Producción y la Secretaría de Comercio provincial.

El evento ofreció:

- Una exposición comercial con más de 70 stands.
- Capacitaciones y conferencias con referentes nacionales e internacionales.

- Una Ronda de Negocios que marcó cifras récord.
- Paneles sobre logística, comercio exterior, medios de pago, transformación digital y consumo global.
- Espacios de networking para fortalecer vínculos y generar oportunidades de negocios.

El acto de apertura

En su mensaje de bienvenida, Mario Moreno, presidente de CASAC, subrayó la importancia del encuentro como un



espacio que pertenece a todo el supermercadismo argentino. Agradeció el acompañamiento de los más de 200 proveedores presentes y remarcó que ser anfitriones les permite mostrar la capacidad de la provincia cuando se trabaja en equipo.

Por su parte, el subsecretario de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial, Fernando Blanco Muiño, reconoció a los supermercadistas como "sobrevivientes" frente a las dificultades que atravesó el sector en los últimos años. Recordó que al asumir su gestión decidió dar por terminados los programas de precios vigentes y, en diálogo con los presidentes de CAS y FASA, recibió proyectos para encauzar al comercio en una nueva etapa.

El presidente de CAS, Víctor Palpacelli, destacó que las jornadas son parte de la historia del sector.

"Detrás de cada una de las actividades realizadas hay historias de colaboración, innovación y negocios que empiezan a crecer a partir de la realización de las Jornadas", destacó Palpacelli. En la misma línea, Ricardo Zorzón, presidente de FASA, valoró la continuidad del evento incluso en tiempos difíciles y agradeció a CASAC por llevarlo adelante. "Este es nuestro lugar, apostamos e invertimos en nuestro país y en nuestras comunidades, nosotros no nos vamos a ir de acá", sostuvo.

Por su parte, Carlos Venier, directivo de CAME, transmitió el agradecimiento de esa entidad y puso en relieve el trabajo conjunto con CASAC, CAS y FASA para organizar las rondas de negocios.

En tanto, Pedro Dellarosa, ministro de Producción, Ciencia e Innovación



1.585 asistentes, 84 stands, 6 conferencias magistrales y 2 paneles especializados. Más de 45 entrevistas a sponsors, disertantes y autoridades. 18 horas de transmisión en streaming. 200 conexiones simultáneas en la Argentina, Brasil, Perú y Uruguay.



AGRUPACION DE COLABORACION EMPRESARIAL

El **Grupo Rosario Compras** creado hace 40 años se consolidó en el mercado de consumo masivo gracias a su fuerte compromiso y seriedad con sus proveedores y asociados, creando lazos que aún perduran en el tiempo y son el puntal para esta nueva etapa de crecimiento que se propone de cara al futuro, generando la posibilidad de nuevas incorporaciones de asociados.



La agrupación basa su crecimiento, brindando un servicio de excelencia e integral a sus asociados, en el desarrollo de 4 departamentos:



LOGÍSTICA

Recepción y almacenamiento. Armado y distribución de mercaderías. Planificación y gestión de inventarios. Implementación de nuevas herramientas para optimizar los stocks de los asociados.



COMPRAS

Negociación, acuerdos comerciales, gestión de promociones.



GESTIÓN DE PAGO

Desarrollo comercial con más de 200 empresas del rubro. Gestión administrativa unificada.



MARKETING

Publicación de ofertas quincenales con más de 200 productos de primera línea. Acciones conjuntas con las empresas líderes del mercado. Convenio de descuentos con instituciones bancarias y tarjetas de crédito. Sorteos y acciones coordinadas para nuestros clientes.

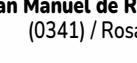
CONTACTO: gerencia@rcompras.com.ar 341 6862935 / 341 3082607



Castro Barros 5296
341 6123520*
San Martín 4935
4616970*
(0341) / Rosario



Mendoza y Sarmiento
2988781*
Juan Manuel de Rosas 901
(0341) / Rosario



General Guido 1928
4934185*
(0341) / Funes



San Martín 1383 · 460103*
(03464) / Bigand
25 de Mayo y Moreno · 471200*
(03465) / Alcorta

Juan Bautista Alberdi 1411
463773*
(03471) / Armstrong

B. Mitre 1660 · 480245*
Balcarce 1621*
(03464) / Chabás



San Martín 2278 · 364466*
Rivadavia 333 · 7634455*
La Cautiva 1465 · 3634456*
(0341) / G. Baigorria



Cafferata 776
659686
(3476) / Ricardone

Italia 920 · 581600*
Montevideo 584 · 581605*
(03468) / Corral de Bustos

Gaboto 1838 · 4827529*
Lavalle 2554 · 341 7920462
Riobamba 3587 · 6794534*
(03467) / Cruz Alta



Brig. López 1245
470778*
(03464) / Arequito

Belgrano 931
400470*
(03467) / Cruz Alta



Bv. Villada 2345
437171*
Bs. As. 3138
421546*
(03464) / Casilda



EXCELENTE ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN RÉCORD

Las Rondas de Negocios Supermercadistas tienen una trayectoria de más de una década, con eventos realizados en todo el país. La de Córdoba fue la número 37, con resultados excepcionales en materia de negocios concretados.

Tecnológica de Córdoba, resaltó que el sector privado es el motor de la economía y la generación de oportunidades. "Si bien hay necesidad, hay esperanza. Gracias por elegir Córdoba", expresó.

El ministro anunció que en los próximos meses se relanzará el programa "Hecho en Córdoba", sumando mejoras y nuevas empresas con la participación del Ministerio de Bioagroindustria y la Secretaría de Industria.

"El supermercadismo es un puente entre la producción y el consumo. Desde Córdoba trabajamos para fortalecer ese puente con más articulación público-privada y con más protagonismo local. Hecho en Córdoba refleja ese compromiso", destacó.

Ronda de Negocios récord
La Ronda que se llevó a cabo en el marco de las Jornadas puede ser considerada como "histórica" por los números que se

alcanzaron. La Ronda contó con la participación de CAS, FASA y muy especialmente de CASAC. "Estamos muy satisfechos porque los resultados superaron todas las expectativas en participación y concreción de negocios", dijo Carlos Venier, a cargo de las Rondas en CAME. Durante una intensa jornada de 9 horas, el espacio de negocios convocó a 232 empresas, entre retailers y proveedores.

En el salón del Centro de Exposiciones se ubicaron 100 mesas de trabajo en las que se realizaron 4.562 entrevistas. "El 42% de las empresas participantes concretaron algún tipo de negocio, asociación o colaboración durante la Ronda", detalló Venier.

La segunda jornada

Con una interesante agenda con conferencias sobre consumo, transformación digital y política económica comenzó el segundo

día de las Jornadas. El programa incluyó la disertación de Walter Vargas (NielsenIQ), una exposición de Napse Global sobre innovación tecnológica, el análisis de Juan Carlos de Pablo y un panel sobre el futuro de los medios de pago.

El cierre del día estuvo a cargo de Laureano Turienzo, presidente de la Asociación Española del Retail.

Evolución del consumo

Walter Vargas, director comercial de retailers para NielsenIQ, expuso sobre "Reconfiguración del gasto del consumidor en tiempos de recuperación".

En su exposición, señaló algunos indicadores de mejora, como la inflación contenida, el mayor ingreso disponible, el crecimiento del ingreso en dólares y la elevada confianza del consumidor. También destacó el fuerte avance de industrias como tec-

SUPERMERCADOS
GIRO
MUY CERCA DE TU CASA

SUMATE A NUESTRO GRUPO

50 SUCURSALES EN PROVINCIAS DE CÓRDOBA, SANTA FE, STGO. DEL ESTERO Y TUCUMÁN.

- ✓ PRECIOS DIRECTOS DE FÁBRICA.
- ✓ EFICIENCIA EN LOGÍSTICA.
- ✓ AMPLIO MIX DE PRODUCTOS.
- ✓ ASESORAMIENTO EN PUNTO DE VENTA.

PEDÍ LISTADO DE COSTOS PARA EFECTUAR UNA EVALUACIÓN

ADHERIDO A  GRUPO INTEGRA

 Supermercados Giro - Centro de Distribución

 adgeneral@girovital.com.ar  girosupermercados



PRESENCIA DE CAS Y FASA CON STAND PROPIO

Esteban Escañuela, Víctor Palpacelli, Ricardo Cáceres, Ricardo Zorzón y Marcelo Schvarzstein en una amena charla, luego de visitar los stands de empresas que expusieron sus productos y servicios en el salón de la exposición.

nología y productos saludables, con un 36% de incremento, y un repunte del consumo masivo del 1%, según datos de la Universidad Torcuato Di Tella. Respecto al consumo masivo, precisó que "en el primer semestre del año la canasta FMCG se recuperó un 1,2%, con una mejora que comenzó a notarse en el segundo trimestre". Además, destacó que "el interior está traccionando mejor que la región del AMBA".

"La mayoría de las familias de productos muestran signos de recuperación, con una aceleración más marcada en limpieza y cuidado personal, que habían sido los más afectados en el largo plazo", detalló.

Otro de los ejes de su presentación fue el peso de los canales en el consumo total. "Los almacenes registran una ganancia en el mix entre canales", afirmó. Luego, agregó: "Todos los canales muestran una desacelera-

ción en la caída, pero almacenes y farmacias presentan las mejores tendencias".

En cuanto al canal de supermercados, sostuvo que "empieza a mostrar señales positivas a partir de las promociones".

Luego destacó el desempeño de las cadenas regionales, que "crecen por encima de las grandes cadenas".

Según Vargas, "el mayor crecimiento de las cadenas regiona-

"El mayor crecimiento de las cadenas regionales se da en los formatos más pequeños, de hasta 500 metros cuadrados, y en los más grandes, de más de 7.000", dijo Walter Vargas, director comercial de retailers para NielsenIQ.

les se da en los formatos más pequeños, de hasta 500 metros cuadrados, y en los más grandes, de más de 7.000". Precisó, además, que "el 75% de las categorías crecen en volumen en cadenas regionales, mientras que en las nacionales lo hacen el 52%".

Los medios de pago

El panel "El futuro de los medios de pago", fue moderado por Daniel Alonso, editor jefe de Negocios y Nuevos Desarrollos de La Voz del Interior.

La actividad contó con la participación de Sebastián Díaz Mele, gerente de Negocios Presencial en MODO; Lucas Allochis Osella, Large Corp & Offline Engagement Sr Analyst en Mercado Pago; y Mario Zagaglia, Business Owner Tribu Medios de Pago en Bancor, quienes analizaron las tendencias

TRANSFORMANDO DESAFÍOS EN OPORTUNIDADES

AGRUPACION GRUPO DELTA A.C.E

Algunas de nuestras alianzas:

MOLINOS

Unilever

DREAMCO

MOLINO CANUELAS

PSAG

GRUPO PENAFLOIR

DON SATUR

RPB

Softys

45 AÑOS DE TRABAJO

SOBRERO Y CAGNOLO

AGD

Tregar

BIERZU

BUENOS AIRES - CÓRDOBA - ENTRE RÍOS

www.supermercadodelta.com.ar



DEBATE ESCLARECEDOR SOBRE UN TEMA CLAVE

La creciente importancia de los medios de pago y su relevante influencia en las decisiones de compra de los consumidores, fue el tema convocante para el profundo análisis de destacados especialistas.

y desafíos del sector en el retail. Uno de los temas tratados fue la situación actual de los consumidores al realizar sus compras, destacando que la digitalización del comercio minorista en la Argentina se encuentra en un punto de inflexión.

“¿Cuáles son las claves para el futuro?”, preguntó el moderador. Allochis Osella dijo: “Vemos que el checkout ya no es solo pasar

la tarjeta o el QR, sino el inicio de muchos otros procesos. El gran desafío está en la educación financiera, porque muchos usuarios todavía no comprenden las posibilidades y beneficios de las herramientas disponibles.

Es el eslabón que falta, sin la educación financiera el potencial de las soluciones tecnológicas queda incompleto”, afirmó. Por su parte, Díaz Mele, de MODO, puso el foco en la importancia de los datos generados por los pagos digitales. Cada transacción refleja patrones de consumo que, correctamente analizados, pueden convertirse en insumos estratégicos para los supermercados.

“El ecosistema de MODO nos brinda información valiosa. Debemos trabajar con los retailers para aprovechar esos datos de manera eficiente y ayudarlos a tomar decisiones más inteligentes”, aseguró. Luego, Zagaglia remarcó que “cada vez existen más soluciones, pero lo fundamental es entender cómo hacer que esas tecnologías sean efectivas en

LA OPINIÓN DEL PROFESOR DE PABLO

El economista Juan Carlos de Pablo brindó una conferencia titulada “Política y economía, de aquí en más”, analizando la inflación, el nivel de actividad económica y la política del presidente Milei en el contexto argentino de ese momento.

De Pablo destacó la importancia del equilibrio fiscal y el descenso de la inflación, que se sigue manteniendo en niveles cercanos al 2% mensual. Consideró clave la dinámica de la inflación para lo que resta de 2025, señalando los desafíos que persisten más allá de la desaceleración inicial. Indicó que la recuperación de la economía es heterogénea y que la recepción está desapareciendo en algunos sectores.

El futuro de Argentina: En línea con el título de su conferencia, “Política y Economía: De Aquí en Más”, compartió su visión sobre los desafíos a largo plazo del país, en un tono optimista.

Estamos donde más nos necesitan

Agrupación



Agrupación de Supermercados San Nicolás - Milenio
LA CADENA LIDER EN LA ZONA



Supermercados 3M: Cochabamba 363
Av. Alberdi y Alvarez - Hernández y Azopardo
Av. Falcón y Morteo - Av. Illia 597



Autoservicio José: Av. Savio 451
Market Express: Lavalle 71



Súper Milenio: Sánchez 822



Autoservicio Joki: Rivadavia 797

Av. Central Acero Argentino Oeste N° 664 - Parque Industrial Comirsa - CP 2900 - San Nicolás - Buenos Aires.



UN EQUIPO QUE FUNCIONÓ A LA PERFECCIÓN

Mario Moreno, presidente de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Córdoba (CASAC) acompañado por integrantes de la organización de las Jornadas, celebran los exitosos resultados del evento en el stand de la institución.

el supermercado y en la conciliación diaria". La capacitación se convierte en una inversión estratégica para garantizar que la digitalización no genere fricciones, sino que se traduzca en eficiencia y satisfacción para todas las partes involucradas.

La colaboración entre plataformas de pago y supermercados aparece así como un pilar para el futuro, en el que la digitalización no solo simplifica el acto de pagar, sino que también se convierte en una herramienta para optimizar la gestión comercial, diseñar promociones más efectivas y mejorar la experiencia del cliente.

En este camino hacia la digitalización, todos los panelistas coincidieron en que la tecnología, por sí sola, no alcanza. La clave está en acompañar las innovaciones con procesos de capacitación que permitan a los

empleados y los consumidores sacar el verdadero provecho de las nuevas herramientas.

Los supermercados, lejos de ser únicamente espacios de compra, se consolidan como plataformas multifuncionales, donde se accede al crédito, servicios financieros, programas de fidelización y hasta distribución de efectivo.

Este fenómeno demuestra que el retail argentino está encontrando oportunidades para generar valor añadido y fortalecer su vínculo con los consumidores. Al adaptarse a la digitalización y cooperar con fintechs y bancos, los supermercados pueden consolidarse como actores centrales de la inclusión financiera.

El nuevo retail

Laureano Turienzo, presidente de la Asociación Española del Retail, cerró el ciclo de conferencias analizando "El nuevo

"Cada vez existen más soluciones, pero lo fundamental es entender cómo hacer para que esas tecnologías sean efectivas en el supermercado y en la conciliación diaria", dijo Mario Zagaglia, ejecutivo de Medios de Pago en Bancor.

retail y el consumo global". "En 2025, dijo, la creación de datos globales está a punto de explotar, nunca los cambios fueron tan rápidos. Por eso hay que abrir la cabeza, ser ágiles y adaptarse rápidamente".

"Los argentinos son grandes consumidores de las redes sociales, por eso deben vender a través de ellas", agregó.

Para exemplificar, comparó el proceso del retail tradicional: fabricante, mayorista, distribuidor, minorista,



marcas propias
Latam fórum

10 DE SEPTIEMBRE 2026 • GOLDCENTER (CABA, ARGENTINA)

marcas Propias Latam Fórum es el evento anual de los desarrolladores y fabricantes de Marcas propias, Blancas y Privadas.



Networking



Rondas de negocios



Conferencias



negociAR
Asociación Argentina de Comercio Minorista

FASA
Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios

CAS
Cámara Argentina de Supermercados y Autoservicios

CADAM
Cámara Argentina de Distribuidores y Almacenes de Mercaderías

Tu participación es clave



www.marcaspropias.com.ar

Contacto: +54 9 11 6950 9309 / mp@marcaspropias.com.ar



UN RECONOCIMIENTO RODEADO DE AFECTO

Acompañados por familiares y amigos, rodeados por colegas que manifestaron su admiración y respeto por el aporte realizado hacia el supermercadismo nacional, Ricardo Brasca y Miguel Becerra recibieron las placas alusivas.

ta y consumidor, con el proceso de venta directa al consumidor: fabricante, publicidad o sitio web y consumidor.

Laureano Turienzo dijo que cuando se cierra una tienda física caen las ventas online, porque se elimina una pieza importante del ecosistema digital, como la posibilidad de retirar el producto en la tienda, y también probarlo.

Otra tendencia mundial es la Inteligencia Artificial (IA), que "cambiará profundamente las formas de consumo". Turienzo lo ilustró con distintos videos que

mostraban cómo la IA ya llegó a los supermercados en varios países, ya sea en la visualización de precios, el escaneo de productos dentro del carrito o la verificación del estado de frutas y verduras tras ser escaneadas. Sobre el futuro de las tiendas físicas opinó que serán fundamentales en el futuro. Además, destacó que "cuando se cierra una tienda física, caen las ventas online, porque se elimina una pieza importante del ecosistema digital, como la posibilidad de retirar el producto en la tienda, y también probarlo".

Merecido homenaje

La jornada incluyó un sentido reconocimiento a los empresarios cordobeses Miguel Becerra

y Ricardo Brasca, por su exitosa trayectoria e inquebrantable compromiso con el sector supermercadista.

En primer lugar, Miguel Becerra recibió un reconocimiento por su trayectoria y compromiso con la industria, y la placa le fue entregada por el presidente de la Cámara Argentina de Supermercados, Víctor Palpacelli.

Luego fue homenajeado Ricardo Brasca. La entrega de la placa estuvo a cargo de Mario Moreno, presidente de CASAC.

"Gracias a la Cámara de Córdoba y a sus socios, que tanto nos han acompañado. Yo pertenezco desde que se fundó CASAC, que cumple este año 55 años", sostuvo muy emocionado el creador de Cordiez.

SUPERMERCADO SAN NICOLAS

30 AÑOS

ANIVERSARIO 2026

Somos una familia dedicada, con tres décadas de experiencia en supermercados, que acompaña a los vecinos de Tigre desde 1996.

Crecemos junto a la comunidad.

"A lo largo de estos 30 años de trayectoria en el sector supermercadista, hemos crecido junto a la comunidad de Tigre.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento: a nuestros vecinos, por este proceso compartido; a nuestros proveedores, empleados y colaboradores, por su dedicación diaria; y, por supuesto, a nuestros clientes y amigos, por elegirnos y acompañarnos desde 1996.

Su apoyo es el motor de nuestro constante crecimiento."

SUPER TIGRE S.A

Av. Santa María 2546 Rincón de Milberg TIGRE

[f San Nicolas Supermercado](#)

[supermercado_sannicolas](#)



CASAR crece en el Sur de Rosario

Intensa actividad de una cámara que se caracteriza por su dinamismo y creatividad a la hora de diseñar propuestas para favorecer a sus socios.

La Cámara de Supermercados y Autoservicios de Rosario y la Región (CASAR), siguió creciendo en 2025 y ese crecimiento se centra en la capacidad institucional de adaptarse a los cambios, a las nuevas exigencias del mercado y a los vertiginosos cambios actuales.

Este crecimiento se produce fundamentalmente en el sur de la provincia de Santa Fe, donde los supermercadistas locales asociados a CASAR han incorporado nuevas bocas dentro del marco normativo, invirtiendo y renovando sus estructuras comerciales. "En más de 50 años de actividad, siempre nos hemos caracterizado por nuestro dinamismo y por adaptarnos a las variantes por las que atraviesa el sector. Así, hemos logrado responder a las necesidades de los asociados, razón por la cual seguimos sumando nuevos integrantes y haciendo crecer la Institución", dice Sergio Cassinero, presidente de la cámara.

"No solamente aumentamos la cantidad de socios activos, sino

también la conexión con proveedores nacionales, especialmente regionales e internacionales".

Múltiples actividades

Como ya es habitual, en 2025 CASAR desarrolló acciones propias en defensa del sector ante organismos gubernamentales y entidades intermedias.

Desde el área de Capacitación. Cabe destacar el curso teórico-práctico de carnicería en supermercados. Esta capacitación se realizó con municipios que incorporaron áreas como manipulación de alimentos, con el otorgamiento de la certificación y carnet correspondiente.

Convenio con Banco de Santa Fe-Plus Pagos. Los pagos con Billetera Santa Fe acceden a un reintegro de 20.000 pesos.

Acuerdo Santa Fe. Más de 65 productos participan en este convenio de precios celebrado entre proveedores, supermercados y el gobierno provincial.

Acuerdo Cerdo. La demanda de dicha carne aumentó en más de un 60%, a partir de un mejor posicionamiento en el mercado.

Rondas de negocios y otras actividades propuestas por FASA y CAME, a lo largo del año.

Próximas acciones

Durante cerca de 15 años consecutivos, los socios de CASAR vienen ofreciendo la **Canasta Navideña Promocional Más Barata del País**, siempre con los mismos 5 productos emblemáticos de las mesas navideñas. Otra destacada acción es el **Gondolazo**, con el Banco de Alimentos de Rosario (BAR), actividad única en el país que involucra a toda la sociedad. A través de los supermercados de CASAR, la gente colabora donando mercadería que es entregada a organizaciones y comedores comunitarios.

La sumatoria de voluntarios de clubes, escuelas y la sociedad, han hecho del **Gondolazo** un evento único en el país, reconocido internacionalmente.

Novedad
Premium







NUEVOS!





El futuro es hoy, los nuevos productos Felpita presentan una evolución cualitativa, coherente con la estrategia de marca, pensada para satisfacer las exigencias de los consumidores

Descubrí la línea completa en felpita.com.ar



DOSQUES
PARA TODOS
PARA SIEMPRE
FSC® 000734 www.fsc.org

Oficinas Av. del Libertador 6966 Piso 1 • C1429BMP Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Plaza Ruta País, N° 41 y Ruta Nac. N° 7 • B6720ECA San Andrés de Giles - Buenos Aires - Argentina
Teléfono (+54 11) 4292 2087 • (+54 11) 4292 2325 | Email: info@psag.com.ar | www.psag.com.ar



PSAG
Papelera San Andrés de Giles



DESAFIOS MÚLTIPLES

“Los supermercados independientes enfrentan múltiples desafíos en la Argentina y el trabajo en conjunto es la forma más efectiva para superarlos. Por eso la actividad gremial empresaria es tan importante para nuestro sector. En ese sentido, la Cámara del Chaco ha sido precursora en el país”.

CSACH: La entidad pionera del supermercadismo en Argentina

En agosto de 1942 fue fundada, en la ciudad de Resistencia, la Cámara de Supermercados, Autoservicios y Afines del Chaco (CSACH), iniciando un camino que actualmente siguen varias entidades provinciales y regionales.

Julio Ramírez, presidente de la Cámara de Supermercados del Chaco es un referente del sector en dicha provincia.

La entidad, que cuenta con más de 40 asociados, está afiliada a la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA), que actualmente es presidida por Ricardo Zorzón, quien fue titular de CSACH durante muchos años y sigue siendo uno de los socios más activos de la cámara.

CSACH participa en múltiples actividades representando al supermercadismo PyME provincial, generando iniciativas propias para apoyar e impulsar el comercio de productos de consumo masivo.

Como ejemplo de acciones recientes, cabe destacar que participó –junto con CAS y FASA– en el programa Precios Diferenciados. Por dicho acuerdo, de alcance nacional, supermercados del Chaco ofrecieron un descuento del 20% en 20 productos de la canasta básica por un período de 60 días.

La CSACH también participa regularmente en negociaciones con autoridades para fomentar una canasta

básica regional con precios regulados, buscando garantizar abastecimiento y precios accesibles en el contexto de un acuerdo con el gobierno provincial. Entre otras actividades que CSACH desarrolla habitualmente, cabe destacar distintas gestiones con empresas proveedoras ante casos puntuales y buscando resolver conflictos.

Por otro lado, se generan acuerdos con entidades oficiales, como es el caso de ANSES, para ofrecer descuentos especiales a jubilados y pensionados.

“Como representante de los supermercados PyMEs del Chaco, la CSACH observa cómo se organizan los comercios medianos y pequeños fuera de los grandes centros urbanos y propone mejoras que en definitiva favorecerán a los consumidores, además de apoyar a los empresarios”, describe Ramírez, quien en su actividad privada es propietario de Camar Supermercados.

“Los supermercados independientes enfrentan múltiples desafíos y el trabajo en conjunto es la forma más efectiva para superarlos”, concluye Ramírez.





Guillermo Saccomani (izquierda), junto al gobernador Osvaldo Jaldo durante el lanzamiento de la Tarjeta Alimentaria.

CASAT representa al sector en la Provincia de Tucumán

A pocos días de haber sido reelegido como presidente de la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Tucumán (CASAT), el contador Guillermo Saccomani hace un balance de la gestión de los últimos años.

Una de las principales misiones de una cámara empresaria es representar a sus asociados ante las distintas autoridades, nacionales, provinciales y municipales", dice Saccomani. "Así lo venimos haciendo desde hace años, con un destacado grupo de supermercadistas que ocupan cargos directivos en la cámara. Esto nos ha permitido lograr el reconocimiento de los funcionarios con los que hemos interactuado y, también, de las entidades empresarias que integramos a nivel nacional, como la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) y la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios (FASA)".

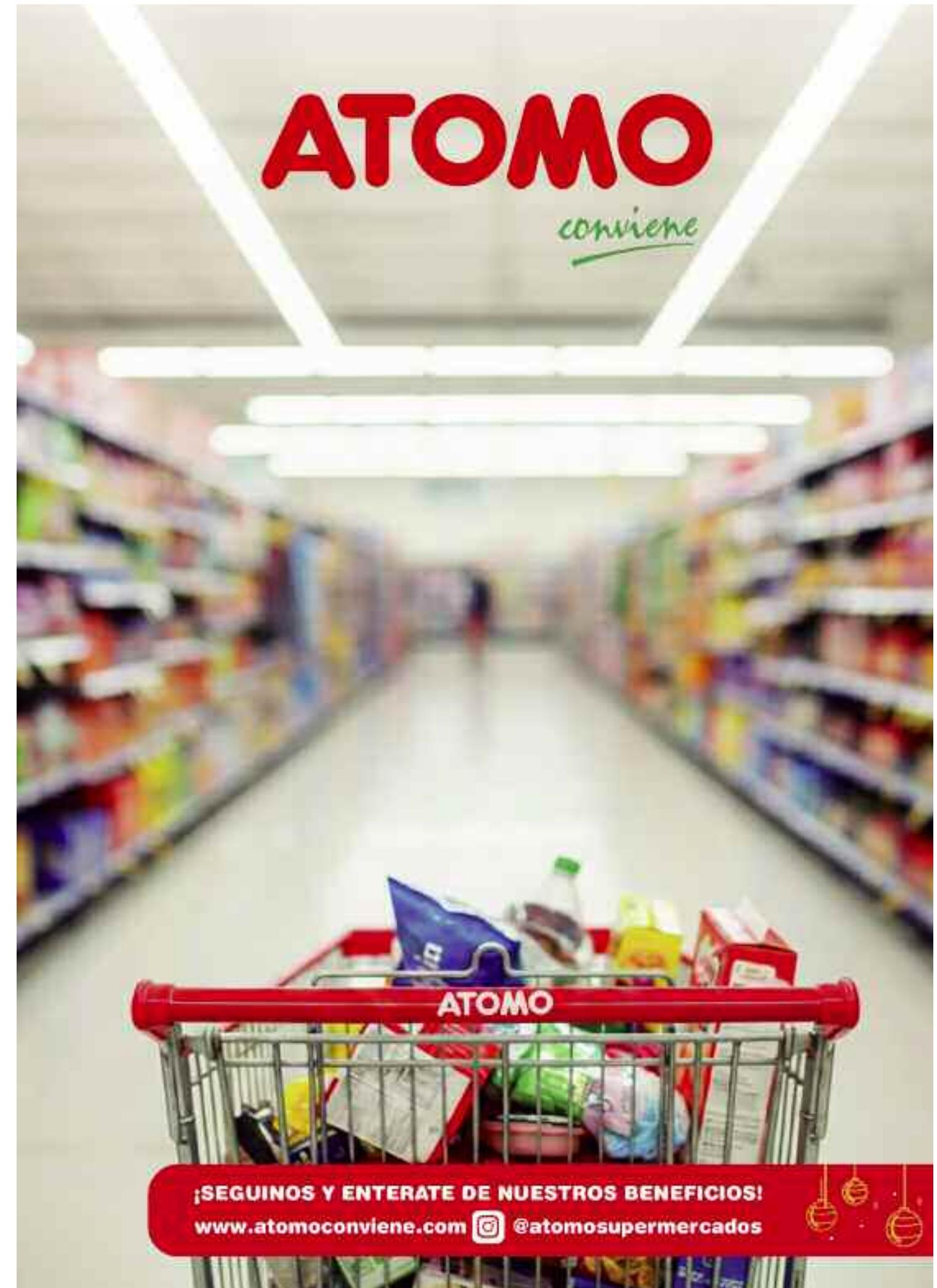
Saccomani destaca que un aspecto prioritario de las acciones de CASAT es la defensa del sector supermercadista tucumano, por ejemplo manteniendo acuerdos con la Secretaría de Comercio provincial desde hace más de 15 años, para proteger al sector en temas de fundamental importancia como lo es todo lo relacionado con la Canasta Básica Alimentaria.

"Somos conscientes –detalla el contador– del papel que nos compete como representantes de nues-

tos clientes, los consumidores tucumanos, por eso impulsamos iniciativas como la Tarjeta Alimentaria Independencia y también asesoramos al Gobierno Provincial para su correcta implementación, asegurando que los fondos se destinen al consumo en comercios locales, un modelo que ha sido utilizado como referencia por otras provincias".

Entre muchas otras gestiones realizadas por CASAT, se logró reducir la presión tributaria a través de la eliminación de retenciones por Ingresos Brutos en operaciones con tarjetas de crédito y débito.

Cabe destacar que las gestiones de CASAT, dirigidas por su presidente, no se limitan al ámbito provincial, ejemplo de ello es la reunión en Casa Rosada con el jefe de gabinete, Dr. Juan Manzur, en 2022, una audiencia en la que Saccomani, junto al presidente de la Cámara Argentina de Supermercados, Ricardo Zorzón, plantearon la situación de los supermercados PyMEs de todo el país y realizaron propuestas concretas para potenciar al sector, de gran relevancia para la sociedad y fuerte generador de empleos.



¡SEGUINOS Y ENTERATE DE NUESTROS BENEFICIOS!

www.atomoconviene.com @atomosupermercados

CAPYMEF: la voz de las PyMEs formoseñas

Por Carlos A. Werlen, Presidente de CAPYMEF.

La entidad busca potenciar el desarrollo económico y la competitividad de las PyMEs, para lo cual cuenta con un eficiente equipo de profesionales.

Cuando tuve el honor de ser elegido Presidente de la CAPYMEF, sabía que debía afrontar varios desafíos en la conducción de la entidad, ya que la Cámara de Pequeñas y Medianas Empresas de Formosa es la entidad gremial empresaria más representativa de las MiPyMEs y PyMEs formoseñas.

Como lo establece el estatuto, su rol principal es la representación, defensa y promoción de los intereses del sector productivo, comercial y de servicios de la provincia, actuando como un nexo fundamental entre los empresarios y los ámbitos gubernamentales nacionales.

La CAPYMEF actúa como la voz del empresariado ante el gobierno provincial, municipal y otras instituciones nacionales.

Hemos logrado unir al sector supermercadista y estamos trabajando en idéntico sentido con el pequeño comercio y el sector industrial, gestionando y negociando la implementación de políticas, programas y beneficios que impacten positivamente en el sector, como la obtención de aranceles preferenciales o promociones comerciales o consensuando acuerdos de precios y bonificaciones especiales para fechas determinadas.

Para ello, somos miembros activos de entidades como la CAME, la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios y la Federación de la Coordinadora General de Almaceneros, entre otras entidades.

Brindamos permanentemente capacitación y asistencia técnica, organizando seminarios, cursos y talleres presenciales y a distancia. Ofrecemos asistencia profesional a los empresarios a través de comisiones interdisciplinarias con profesionales especializados, para resolver inconvenientes y potenciar iniciativas.

También fomentamos el vínculo y la cooperación entre empresas, incluyendo la participación en rondas de negocios. Estamos en plena remodelación edilicia, con un ambicioso plan de crecimiento para lograr el autofinanciamiento merced a la puesta a disposición de terceros de las nuevas oficinas y los auditórios.

CAPYMEF es un organismo de apoyo integral que busca mejorar el entorno de negocios, ofrecer herramientas de crecimiento y defender los intereses de las PyMEs de Formosa, responsabilidad que he asumido junto a un eficiente equipo de colaboradores.



CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA

“Brindamos permanentemente capacitación y asistencia técnica, organizando seminarios, cursos y talleres presenciales y a distancia. Además, ofrecemos asistencia profesional a los empresarios a través de comisiones interdisciplinarias con profesionales especializados para resolver inconvenientes y potenciar iniciativas”. (Carlos Werlen).

Inauguramos
BERAZATEGUI!

Josimar
cerca tuyo

pedí **ONLINE**
y recibilo **DONDE**
QUIERAS!

www.josimar.com.ar

Barracas - Avellaneda - Quilmes
Berazategui - Lanús - Bandfield
Monte Grande - Lomas de Zamora

Encontrá más novedades!

[f](#) [i](#)



MIRANDO HACIA EL FUTURO

"A 53 años de iniciada nuestra historia institucional, seguimos esmerándonos para honrar el espíritu de trabajo de los socios fundadores, priorizando siempre la atención al consumidor, con plena conciencia de todo lo hecho y de lo que resta por hacer". (Elizabeth Raffin, presidenta de CAM.S.A.FE).

CAM.S.A.FE: Tradición familiar y visión de futuro en Santa Fe

Con casi 50 años de existencia, la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Santa Fe y zona lleva adelante una fructífera actividad en pos del desarrollo regional argentino.

La Cámara de Supermercados y Autoservicios de Santa Fe y zona nació el 26 de abril de 1972, cuando un grupo de almaceneros y autoservicistas se reunió en las instalaciones del Centro Comercial de Santa Fe. Durante aquel histórico cónclave se trataron temas comunes al sector, con espíritu de sana competencia en pos del crecimiento empresarial, el desarrollo regional y los servicios al cliente. Estos iniciadores sentaron bases para que aquellos encuentros de amigos fueran ganando en formalidad, estableciendo paulatinamente autoridades, cronogramas y objetivos. Nos referimos a miembros de las familias Antoniazzi, Fabbro, Kilgelmann, Pinto, Bartolomé, Silva, D'Amelio, Calabrese, Manasseri, Bellomo, Alessio y otros.

En la actualidad, tanto la gestión institucional como la empresaria están, en muchos casos, en manos de las segundas y terceras generaciones, tomando experiencias de aquellos tiempos, tan distintos, y sumando la tecnología en todos los estamentos. Cada una de las firmas asociadas sigue con su tradición familiar, propiciando el contacto con los clientes, el diálogo franco con los proveedores y la camaradería con los colegas. En ese entorno, CAM.S.A.FE. representa a esas decenas de supermercados y autoservicios, con sus propios locales de venta, personal, patrimonio e idiosincrasias, a los que respetamos y valoramos a lo largo de una cobertura geográfica de alrededor de 100.000 kilómetros cuadrados.

#Fanáticos del Ahorro

VENTAS POR MAYOR Y POR MENOR

37 SUCURSALES... ¡Y SEGUIMOS CRECIENDO!

Nuestras marcas, aliadas del ahorro



ALMACÉN - BEBIDAS - LÁCTEOS - LIMPIEZA
PERFUMERÍA - BAZAR - ELECTRODOMÉSTICOS



LAYUNTAMAYORISTA.COM.AR

Qué nos distingue

- ✓ Sucursales y franquicias en Mendoza y La Pampa
- ✓ Marcas propias con crecimiento sostenido
- ✓ Sistema de franquicias en expansión
- ✓ Experiencia en retail de más de 20 años
- ✓ Negocio de Cercanía

260 4574441
San Rafael, General Alvear, Malargüe (Mendoza)
Realicó, Rancul (La Pampa)



UN DIRIGENTE EJEMPLAR

Durante el reportaje, Kobrinsky recordó a Horacio Fraticelli –recientemente fallecido– quien fue presidente de CASCO durante varios años y se convirtió en un verdadero artífice del desarrollo del Centro, como entidad representativa del supermercadismo de Concordia en la provincia de Entre Ríos.

Centro de Autoservicios y Supermercados de Concordia

Laura Kobrinsky, socia gerente de Supermercados Modelo, es la presidenta de CASCO, una entidad regional integrante de FASA.

CAS & FASA entrevistó a la titular de CASCO para conocer la actualidad de la entidad. ¿Cómo es la experiencia de presidir un centro que nuclea a supermercados y autoservicios PyMEs?

Laura Kobrinsky: Es una tarea muy dura, quisiera poder dedicarle más tiempo pero mi empresa también me demanda muchas horas de trabajo. El supermercadismo es una actividad que exige dedicación full time, porque es muy competitiva, con un margen de ganancia muy bajo, por eso debemos ser super eficientes.

Sabemos que el trabajo sectorial como el que desarrollamos desde CASCO es muy importante; en el caso de las PyMEs el dicho "la unión hace la fuerza", tiene más vigencia que nunca.

C&F: ¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan?

Kobrinsky: Durante muchos años, con elevada

inflación, los controles de precios y las distorsiones que generan en el mercado fueron un tema de gran relevancia. Hoy, con los precios liberados, otras cuestiones requieren nuestra atención, en especial, la informalidad.

Es prácticamente imposible luchar contra los que evaden todo tipo de impuestos, especialmente en una economía como la Argentina, que sufre una carga fiscal desmesurada.

Por otro lado, debemos competir en una pelea muy desigual con grandes cadenas que tienen presencia a nivel nacional.

C&F: CASCO es una entidad con una larga trayectoria, eso debe ser muy motivador para una dirigente joven como usted.

Kobrinsky: Sí, tratamos de seguir el ejemplo de los fundadores, con los miembros de la comisión directiva conformamos un equipo que sigue trabajando codo a codo a pesar de las dificultades.

Pinguino

Que sea simple.



AMPLIA RED COMERCIAL

Jorge Aguirre, presidente de CASBA y propietario de Actual Supermercados, sostiene que es necesario sumar fuerzas y desarrollar una amplia red de comercios adheridos de la provincia y CABA, para que todos los integrantes de esa red alcancen un elevado nivel de competitividad en el ámbito del retail bonaerense.

Buenos Aires ya tiene su cámara

CASBA promete convertirse en una de las más importantes del país, considerando la cantidad de empresas del sector radicadas en la provincia y en CABA.

Un grupo de destacados empresarios supermercadistas de la Provincia de Buenos Aires y CABA, constituyeron el 11 de agosto de 2025 la Cámara de Autoservicios y Supermercados de Buenos Aires (CASBA).

Así, los supermercados y autoservicios bonaerenses contarán con una entidad que se orientará a encarar la problemática de la región.

Jorge Aguirre, su presidente, dijo que la entidad se propone representar y defender los intereses de los autoservicios y supermercados asociados, generando canales de diálogo con referentes de todos los ámbitos.

Estrategia a futuro

Aguirre sostuvo que es necesario sumar fuerzas y desarrollar una amplia red de comercios adheridos para que todos los integrantes de esa red alcancen un elevado nivel de competitividad.

Por otro lado, CASBA brindará asesoramiento en todos los temas que interesan a las empresas asociadas y se ocupará de crear las condiciones que permitan lograr una mayor visibilidad del sector, destacando la importancia del comercio local en la comunidad.

"Propugnamos la libre competencia y la lealtad comercial como valores fundamentales del sistema en el que

se desarrollan las actividades empresarias en la Argentina", dijo el presidente de CASBA.

"Debemos actuar de manera colaborativa, priorizando los intereses del grupo por sobre los individuales, con el convencimiento de que formar parte de una entidad sólida y respetada redundará en beneficios para todos", agregó.

Agenda de Trabajo

Finalmente, Aguirre detalló las principales tareas a llevar adelante en un futuro inmediato:

- Desarrollar contactos directos en todos los niveles de la sociedad.
- Generar información confiable y sistemática.
- Evaluar las tendencias dominantes en el sector.
- Facilitar las relaciones comerciales de los socios.
- Mejorar las relaciones financieras y crediticias para todos los integrantes de CASBA.
- Elaborar una propuesta de beneficios atractivos para generar el ingreso de proveedores como socios adherentes.
- Detectar amenazas y actuar para superarlas.
- Instalar un plan de trabajo anual que incluya varias acciones programadas con suficiente antelación.
- Actuar intensamente en las redes sociales.



Fábrica de Bolsas Reutilizables

Somos la fábrica de bolsas reutilizables más moderna del país

En New Bag diseñamos y producimos bolsas reutilizables de alta calidad, pensados para potenciar la identidad de las marcas en cada uso. Creamos soluciones resistentes, modernas y versátiles.



Sustentable, divertida y única

Creamos que incorporar marcas y personajes icónicos, nos permite ofrecer productos que no solo cumplen su función, sino que generan conexión y fidelidad.

Cada compra se convierte en una oportunidad para sonreír y cuidar el planeta al mismo tiempo.

Directo de
FÁBRICA



Bolsas fantasía, licencias, bolsas vino, medidas personalizadas para acompañar cada compra con responsabilidad

La mejor publicidad... es la que el shopper se lleva.
PEDÍ PRESUPUESTO DE TU BOLSA PERSONALIZADA

www.newbag.com.ar | 011 6930 8422 | info@newbag.com.ar | [@newbagoff](https://www.instagram.com/newbagoff) | [in New Bag](https://www.linkedin.com/company/newbag-official/)





ALTA REPRESENTATIVIDAD DE LOS DIRECTIVOS

La nueva comisión de la cámara está integrada por profesionales dedicados a fortalecer la representación de los intereses del comercio mayorista y minorista en Rosario.

CADIMRO: Renovación y continuidad en Rosario

Con fuerte representatividad del comercio de consumo masivo, tanto minorista como mayorista, la cámara rosarina se consolida como referente del retail en el sur de Santa Fe.

La Cámara de Almacenes y Distribuidores Mayoristas de Rosario (CADIMRO) es una asociación civil sin fines de lucro, cuya misión es representar, defender y promocionar los derechos e intereses de los integrantes de la entidad, actuando como institución autorizada de consulta y colaborando activamente en el diagnóstico, elaboración y evaluación de las políticas públicas aplicadas en el sector. A fines de julio, CADIMRO llevó a cabo su Asamblea General Ordinaria, confirmando la renovación de su Comisión Directiva y del Órgano de Fiscalización de la entidad.

La estructura directiva quedó liderada por Luciano Di Santo, como presidente, acompañado por Daniel Darío Cusumano, vicepresidente y Carlos Martín Antonelli como secretario.

"Las actividades de cámara son las que nos permiten unir las voces del sector, encontrar soluciones para los problemas comunes y también salir de lo urgente para, entre todos, pensar en lo importante", dijo Di Santo en declaraciones a los medios.

"Trabajamos intensamente para ser el referente institucional del sector y contribuir en la creación

de condiciones socioeconómicas sustentables, que potencien a nuestros representados", agregó el presidente de CADIMRO y de Micropack.

La conformación de la nueva comisión refleja un sello de continuidad y renovación, con profesionales dedicados a fortalecer la representación de los intereses del comercio mayorista y minorista en Rosario y la región. En la Asamblea, un encuentro marcado por la camaradería, se reafirmó el compromiso de los miembros de la cámara y se analizaron temas relacionados con la actualidad del retail mayorista y minorista, la industria del consumo masivo y el comercio, en general.

Luego de un almuerzo que reunió a los asociados, los participantes intercambiaron ideas y experiencias, con el objetivo de potenciar el crecimiento y la innovación en sus negocios.

Cabe destacar que CADIMRO renovó el cargo que ocupa en la Asociación Empresaria de Rosario (AER), donde Luciano Di Santo es vicepresidente.

"Participar en la AER es muy importante para nosotros por la relevancia y autoridad que tiene dicha Asociación en la región", expresó el empresario Luciano Di Santo.



ZORZON

SUPERMERCADOS

Pensamos en vos

ZORZÓN 1.
Av. 25 de Mayo y calle 7
Teléfono (0362) 4463164

ZORZÓN 4.
Marcelo T. de Alvear y Posadas
Teléfono (0362) 4446949

ZORZÓN 2.
López y Planes 457
Teléfono (0362) 4432800

ZORZÓN 5.
Av. Sabin 380
Teléfono (0362) 4973966

ZORZÓN 3.
San Lorenzo y A. Illia
Teléfonos (0362) 4428552

ZORZÓN AUTOSERVICIO MAYORISTA
Av. 25 de Mayo 1598
Teléfono (0362) 4463157





NUEVA ETAPA DE TRABAJO

"Nuestra entidad transita una nueva etapa de trabajo, con una Comisión Directiva renovada y una agenda enfocada en modernizar la gestión y promover acciones conjuntas entre los operadores del sector de toda la provincia de Corrientes", dice Alberto Castro, presidente de CACOSYA y propietario de Supermax Supermercados.

La cámara correntina está en pleno funcionamiento

CACOSYA, Cámara Correntina de Supermercados y Autoservicios, volvió a activarse en 2023 con el objetivo de brindarle al retail correntino la representatividad que merece por el elevado nivel de sus supermercados y autoservicios.

La Cámara Correntina de Supermercados y Autoservicios continúa consolidando su actividad institucional, fortaleciendo la representación del retail correntino y acompañando el crecimiento de las empresas del sector.

La entidad es la continuación de la cámara creada el 22 de octubre de 1986, aprobada mediante decreto provincial 519 en febrero de 1987, constituyéndose como la institución que desde hace casi 40 años nuclea a los supermercados y autoservicios de toda la provincia. Hoy, CACOSYA transita una nueva etapa de trabajo, con una Comisión Directiva renovada y una agenda enfocada en modernizar la gestión, mejorar la comunicación y promover acciones conjuntas entre los operadores del sector de toda la provincia de Corrientes. La conducción actual está integrada de la siguiente manera: presidente, Alberto Castro; secretario, Ricardo Cáceres y tesorero, Augusto Acosta. Los vocales titulares son: Martín Bruzzo, Olga Itatí Sánchez, Edgard Benítez y Alfredo Martínez; Daniel García es vocal suplente. Ernesto Barbero, Juan Romero Pucciarello y Gustavo Carasso son revisores de cuentas.

La gerencia institucional de CACOSYA está a cargo de la Dra. Rosario Hernández, quien coordina la agenda operativa, gestiones, proyectos, comunicación y vínculos interinstitucionales.

Plan de trabajo

Desde la Cámara se trabaja en diferentes líneas estratégicas:

- Representación del sector ante organismos provinciales, municipales y nacionales.
- Articulación con FASA para integrar políticas sectoriales y participar de reuniones nacionales.
- Profesionalización de la actividad supermercadista mediante capacitaciones y espacios de actualización.
- Desarrollo de propuestas de valor para los asociados, reuniones de proveedores, informes sectoriales y mejoras en la comunicación interna.

En este nuevo período, CACOSYA invita a todos los supermercados y autoservicios de la provincia a integrarse, participar activamente y fortalecer una agenda común que impulse el desarrollo del sector en la provincia de Corrientes.

ARGEN-POOL
systems

**25
Años**

**Construyendo Confianza,
Hoy damos un paso hacia el Futuro.**



**CÁMARAS
DE FRÍO + INSUMOS
LOGÍSTICOS**

**Nuestra
Web**

www.Argen-Pool.com.ar



La Cámara Argentina de Productos Saludables sigue creciendo

La iniciativa de un grupo de empresarios y referentes del sector se concretó en la creación de una entidad que agrupa tanto a productores y fabricantes como a comerciantes, de un sector en pleno crecimiento, como es todo lo relacionado a lo saludable.

La iniciativa de un grupo de empresarios y referentes del sector se concretó en la creación de una entidad que agrupa tanto a productores y fabricantes como a comerciantes de un sector que abarca todo lo relacionado a lo saludable.

“Es una cámara especial –dice Fernando Aguirre, su presidente– ya que en nuestro país no es habitual que la producción y el comercio estén integrados en una misma entidad”.

“Desde el comienzo de nuestra entidad, el objetivo fue reunir a todos los integrantes de la cadena de valor de los productos saludables, desde la producción primaria hasta los retailers especializados”, agrega Andrés Rexach, vicepresidente de CAPS.

Objetivos

Uno de los principales objetivos de la cámara es representar a sus asociados ante organismos gubernamentales, otras entidades

empresarias, ante la opinión pública, etc, una misión muy importante, en especial para una actividad de fuerte crecimiento, pero relativamente nueva.

“Otro de los objetivos primordiales de la CAPS es promover la generación de negocios, tanto entre sus asociados como con otros operadores del mercado, incluso, los mercados externos”, describe Rexach, cofundador de la cadena Eneldo Mercado Natural.

“Uno de los canales que se busca hacer crecer es el de los supermercados, impulsando la ampliación de sus surtidos y la creación de sectores especialmente identificados”, acota Fernando Aguirre, director de comunicaciones de CAS y FASA.

La semana saludable

“En breve, haremos el lanzamiento de un evento muy ambicioso: la Semana Saludable, que apunta a que durante 7 días, en septiembre, se realicen múltiples actividades relacionadas con este sector”, describe Aguirre.

“La propuesta, agrega, busca que los comercios realicen acciones especiales como descuentos, promociones, degustaciones y múltiples actividades para que los consumidores se sientan motivados para incorporar productos y costumbres saludables a su consumo habitual”.

Según los directivos de CAPS, las actividades no se limitarán solamente al consumo de productos sino también a la divulgación de todo lo relacionado con la salud, para lo cual contarán con el apoyo de influencers y formadores de opinión especializados en estas cuestiones.

Otro objetivo de la propuesta es impulsar las exportaciones de productos saludables originados en la Argentina, considerando que nuestro país tiene múltiples ventajas para producir y comercializar este tipo de productos.

Apuntamos a instalar la frase “Argentina, país saludable”, dice Aguirre, a modo de conclusión.

1925

Una familia, una despensa y muchas ganas de trabajar




Nuestra historia nació del esfuerzo, de valores y sueños compartidos



UN SIGLO DE VIDA TRABAJANDO PARA ESTAR CADA VEZ MÁS CERCA TUYO



Sentido homenaje a Ovidio Bolo

Si bien el fallecimiento del doctor Ovidio Bolo se produjo en julio de 2024, desde la Revista CAS & FASA no queríamos dejar de brindarle un merecido homenaje a quién fue el primer director y el impulsor de este medio.

Bolo fue, sin duda, el principal dirigente de la Cámara Argentina de Supermercados, CAS, y de la Federación Argentina de Supermercados y Autoservicios, FASA, durante más de dos décadas, llevando a cabo un destacado trabajo que fue de fundamental importancia para el crecimiento de ambas instituciones y consecuentemente del supermercadismo argentino.

“Lo recordaremos con admiración y cariño por su invaluable aporte”, destacaron Víctor Palpacelli, presidente de CAS, y Ricardo Zorzón, presidente de FASA. Ambos dirigentes subrayaron el impacto significativo que tuvo Bolo en el sec-

tor, a nivel profesional y personal. Siempre será recordado por su dedicación, liderazgo y contribuciones al desarrollo del supermercadismo en la Argentina. Su legado perdurará en las instituciones y personas que tuvieron el privilegio de relacionarse con él, tanto a nivel laboral, como personal.

Brillante trayectoria

Abogado de formación, en su larga carrera participó de los directorios de empresas de consumo masivo, fue director de supermercados Disco entre los años 1965-1985, presidente de la Cámara Argentina de Comercio entre los

años 1986-1988 y presidente de la Asociación Latinoamérica de Supermercados-ALAS, entre otros destacados cargos. En lo relativo al sector supermercadista, en particular, fue el dirigente que más años estuvo a cargo de la presidencia de la Cámara Argentina de Supermercados, para luego pasar a ser presidente honorario. Durante los años 90, cuando el supermercadismo experimentó un crecimiento exponencial, Bolo llevó a la Cámara y a la Federación de Supermercados a ser entidades con un peso relevante en el contexto empresario nacional e internacional.

Somos la cadena de supermercados con mayor crecimiento en los últimos tres años con **28 sucursales** en la región del noreste.

depot.

depot.

mi Supermercado



DEPOTEXPRESS.COM

WWW.DEPOTEXPRESS.COM.AR



Entrega de diplomas de la EAS

Con el dictado de tres diplomaturas, la Escuela Argentina del Supermercadismo completó su tercer año, con la participación de más de 300 alumnos.

El jueves 20 de noviembre se realizó la entrega de diplomas y certificados de la EAS correspondientes a las tres diplomaturas que se dictaron durante el año 2025 de manera conjunta con la Universidad CAECE, de la Cámara Argentina de Comercio.

Estas fueron la Diplomatura en Supermercadismo segundo año (nivel Mandos Medios) y tercer año (nivel Gerencial).

En este caso, varios de los cursantes recibieron el diploma correspondiente a la Diplomatura en Supermercadismo, después de una cursada de 3 años.

Este resultó un hecho muy destacado, ya que fue la primera promoción de estas características en la "muy joven" Escuela

Argentina del Supermercadismo. Cabe mencionar que, luego de un detallado análisis, esta diplomatura pasará a cursarse en dos años a partir de 2026, sin que ello afecte su contenido.

Logística y empresas familiares

Las otras dos diplomaturas de las que fueron entregados los certificados correspondientes fueron la de Logística para el Retail, una carrera de 2 años organizada por Roxana Sarabia y Romina Verstraete.

En este caso, los diplomas correspondieron a quienes cursaron el primer año de la diplomatura, que pasarán a cursar el segundo año en 2026.

La tercera de las diplomaturas

que se cursaron en 2025 y de las cuales se entregaron diplomas en el acto de referencia fue la de Herramientas de Gestión para PyMEs Familiares. Una propuesta que tuvo gran aceptación, porque la mayoría de los supermercados PyMEs argentinos son empresas de familia.

Entrega de diplomas y certificados

En el acto de entrega estuvieron presentes la vicerrectora de la universidad CAECE, Angélica Cachanosky, y Adriana Quintana, directora de Extensión. Representando a la Cámara Argentina de Comercio y Servicios, participó en el acto su Director Institucional, Gonzalo De León. Por CAS y FASA estuvieron pre-

Por tanto y para establecer pre



**El recorrido del shopper mejorará cuando sabe quién lo guía
PIDE TU UNIFORME PERSONALIZADO**

Nuestras marcas



sentes los presidentes de ambas instituciones, Víctor Palpacelli y Ricardo Zorzón, respectivamente, junto a directivos y asociados supermercadistas de todo el país. También estuvieron presentes profesores y alumnos, mientras que otros participaron en forma virtual.

La entrega de diplomas

Ricardo Zorzón fue quien hizo la presentación inicial antes de la entrega de los diplomas, que fueron entregados en mano a más de 30 alumnos.

El presidente de FASA destacó la presencia de alumnos y de profesores a quienes felicitó diciendo que le consta el elevado nivel de los cursos dictados, dado que varios de los empleados de su empresa han participado en los mismos, con óptimos comentarios.

Ricardo Zorzón felicitó especialmente a los profesores, por el nivel de sus clases y el profundo conocimiento del sector supermercadista.

Por su parte, Angélica Cachanosky agradeció a las autoridades de CAS y FASA por el apoyo brindado durante todo el año y por la organización del evento. Cachanosky destacó la forma en que se viene trabajando desde hace tres años, con excelentes resultados.

Cabe mencionar que en un evento realizado este año en la Universidad Caece, se destacó a las carreras de la EAS como un caso de éxito dentro de las actividades de la universidad.

Reconocimiento

En nombre de los alumnos, Ernesto Gutiérrez, directivo de Súper



FIRMA Y ENTREGA DE CERTIFICADOS Y DIPLOMAS

Angélica Cachanosky y Fernando Aguirre firman los certificados y diplomas, que luego fueron entregando a más de 30 asistentes al acto, en presencia de directivos de cámaras supermercadistas de todo el país, profesores e invitados especiales.

ALMACOR
FRANQUICIAS

LLEVÁ TU SUPERMERCADO A OTRO NIVEL.

A large green advertisement for ALMACOR Franquicias. It features the company's logo at the top. Below it is the slogan "LLEVÁ TU SUPERMERCADO A OTRO NIVEL." The central image is a rendering of a modern supermarket building with a "PASTAS" sign and a "ALMACOR" sign. Surrounding the building are several circular inset images showing different scenes: a woman working in a kitchen, a woman at a service counter, a woman shopping in a grocery aisle, and a display of packaged goods. The text "CON MÁS DE 70 LOCALES Y 40 AÑOS DE TRAYECTORIA" and "INVITAMOS A SUMARTE A LA MAYOR CADENA DE FRANQUICIAS DEL INTERIOR DEL PAÍS. CÓRDOBA, CATAMARCA, SAN LUIS, LA RIOJA, SANTIAGO DEL ESTERO Y SANTA CRUZ." is overlaid on the bottom right. At the bottom right is the ALMACOR logo with the text "ALMACOR Cooperativa Ltda." and a QR code.

Europa, expresó su satisfacción por la capacitación realizada en Empresas Familiares y destacó la necesidad de participar en los distintos cursos de la escuela, invitando a los presentes a inscribirse y también hacerlo con sus empleados. "Tenemos que hacerlo por las generaciones venideras", dijo Gutiérrez.

"Encontré mucho respaldo en CAS/FASA y en la Escuela del Supermercadismo para este valioso proceso de profesionalización de nuestra empresa", agregó el supermercadista de la provincia de San Luis.

Finalizada la entrega de los diplomas y certificados, Víctor Palpacelli, presidente de CAS, resaltó la importancia del acto realizado.

"La mayoría de los alumnos que han cursado materias a lo largo de estos tres años son del interior del país, es muy importante que desde la Escuela les brindemos la posibilidad de capacitarse", destacó. "CAS y FASA – agregó – son dos entidades netamente federales y llegan con sus acciones tanto a las grandes ciudades como a los pequeños pueblos del interior del país, allí donde es muy difícil encontrar mano de obra capacitada para trabajar en una actividad altamente profesionalizada como es el supermercadismo".

"Solo así, enfatizó, podremos brindarle a nuestros clientes una experiencia de compra de excelencia, que es nuestro principal objetivo, para seguir creciendo como sector".

Luego de la entrega de diplomas, se llevó a cabo un cóctel que también sirvió como festejo para despedir el año 2025 con los mejores deseos para 2026.



PALABRAS DE LOS PRESIDENTES DE FASA Y CAS

Ricardo Zorzón dió la bienvenida a los presentes, junto al director de la EAS, Fernando Aguirre. Al finalizar la entrega de diplomas, Víctor Palpacelli, (en la foto con los profesores Jose Schena y Lucas Ramírez Bosco), pronunció las palabras de cierre, deseando un feliz 2026.





Innovación colaborativa para transformar al retail

El Primer Hackaton Reverso de la Logística, que se llevó a cabo el 5 de noviembre de 2025, invitó a repensar los procesos logísticos desde la experiencia cotidiana, poniendo en evidencia que la innovación y la mejora continua son motores esenciales para el desarrollo supermercadista.

El encuentro fue impulsado desde la Diplomatura en Logística para el Retail, organizada por la Escuela Argentina de Supermercadismo (EAS) junto con la Universidad CAECE bajo el lema "Que gane el peor". La diplomatura, que tiene una duración de 2 años, fue organizada por Romina Verstraete (Líder Mesa Crossborder CACE, Founder Sincronística), Roxana Saravia (Gerente de Innovación y Desarrollo de GS1 Argentina) y Fernando Aguirre (Director de la EAS), quienes promovieron un

espacio de aprendizaje, colaboración e innovación abierta para toda la comunidad supermercadista. El Hackaton nació en el marco de la Diplomatura Logística en el Retail, con el propósito de identificar los principales desafíos que enfrenta el sector. Durante el año, los alumnos –profesionales en actividad dentro de la cadena de abastecimiento– participaron de encuestas y relevamientos que permitieron detectar 14 problemáticas reales, base para definir los ejes temáticos del encuentro.

Durante la actividad, los equipos trabajaron acompañados por mentores y especialistas en retail, quienes los desafían a argumentar, cuestionar y priorizar los problemas estructurales del sistema. El jurado, integrado por Alejandro Rodríguez (GS1 Argentina), Fernando Aguirre (director de la Diplomatura), María Elizabeth Raffin (Embajadora IA en Cadenas Medianas Regionales), Tomás Hirsch (Revista Énfasis Logística) y Marcos Suárez (Cámara Argentina de Comercio Electrónico), evaluó el



ENVASES DE HOJALATA LITOGRAFIADOS
Diferenciarse es la competencia






ENVASES DE HOJALATA LITOGRAFIADOS
Diferenciarse es la competencia



BENEFICIOS EXCLUSIVOS PARA MIEMBROS DE LA CAS & FASA

Tel.: +54 9 11 6030-2925 - www.gcdenvases.com.ar - ventas@gcdenvases.com.ar



El ayudante perfecto para tu lavarropas

CON OXIGENO ACTIVO

¡NUEVO!

I Love BICARBONATO
QUITAMANCHAS BLANQUEADOR
PARA ROPA
CON OXIGENO ACTIVO

ALAVANCA AL MOMENTO DE USAR

Elimina manchas
Elimina olores
Mantiene los colores
Para todo tipo de ropa
Blanquea

Blanco. Seguro para blancos y colores. Formato práctico de 50 g: inicie su lavado, en la medida justa. Descubrílo en tu supermercado.



CONCLUSIÓN DEL JURADO

El Hackatón fue una construcción colectiva, donde la creatividad, la colaboración y la formación se unieron para impulsar el futuro del retail argentino.

de Comercio Electrónico), evaluó el trabajo de los tres equipos participantes, que presentaron sus diagnósticos en tiempo récord.

Una visión compartida

Durante la jornada, se formaron tres equipos, dos presenciales y uno virtual, que trabajaron sobre los siguientes temas:

Automatización/Digitalización de procesos.

Trazabilidad/Visibilidad en la cadena.

Falta de stock en góndola.

Cada grupo debía analizar su problemática e identificar las complejidades que ésta implica para el negocio y el sector, con el objetivo de demostrar por qué representaba el desafío más crítico de la logística actual.

El desafío ganador

Tras las exposiciones, el jurado evaluó el nivel de análisis, impacto y aplicabilidad de cada propuesta y seleccionó como ganador al equipo que abordó el tema "Automatización/

Digitalización de procesos". El grupo presentó el trabajo "Automatización y Digitalización en el Retail Argentino", destacando la brecha entre un cliente cada vez más digital y operaciones que aún funcionan con herramientas analógicas.

Bajo la consigna "Estamos compitiendo en el siglo XXI con herramientas del siglo XX", mostraron cómo la falta de integración en tiempo real entre actores, plataformas y canales limita la toma de decisiones y la competitividad del sector.

Su análisis abordó el problema desde cinco frentes:

- **Personas:** brecha generacional y resistencia al cambio.
- **Procesos:** falta de visibilidad y métricas actualizadas.

- **Tecnología:** sistemas no integrados y desincronizados.

- **Impacto Comercial:** pérdida de ventas y costos ocultos.

- **Impacto Financiero:** ineficiencia y falta de inversión estratégica.

El equipo concluyó con una

frase que sintetiza el espíritu del Hackatón: "Este no es un problema más, es el problema que define si sobrevivimos o evolucionamos".

Valiosas conclusiones

El Primer Hackatón Reverso de la Logística dejó en claro la necesidad de integrar tecnología y talento, fortalecer la adopción de estándares comunes y consolidar el vínculo entre la academia y la práctica profesional.

Fernando Aguirre dijo: "Estas iniciativas conectan la formación con la acción y nos permiten construir soluciones reales a partir del conocimiento colectivo del sector."

Por su parte, Roxana Saravia y Romina Verstraete coincidieron en que: "Comprender los desafíos desde la experiencia cotidiana de quienes trabajan en el retail es el punto de partida para una transformación logística sostenible".

SUPERMERCADOS RECONQUISTA



Escanea y conoce
nuestra historia

(03482) 420767 / 438491

www.superreco.com.ar

Nuestras sucursales:

Casa Central: Patricio Diaz N° 1204
Suc. 02: B° Lanceros - Ruta 405, Esq calle 42.
Suc. 03: B° Chaperó - Calle 43 N° 216.
Suc. 05: B° América - Fray Rossi N° 3262.
Centro de Logística: Ruta Nacional N° 11 Km 778, Reconquista.

SAJEL S.A



Capacitación internacional en transporte y logística

Durante seis jornadas, una delegación argentina compuesta por autoridades y representantes de cadenas de supermercados nacionales participó en una actividad de formación y vinculación académica en España.

Se desarrolló en la Universidad de Huelva, España, la "Microcredencial Universitaria Internacional en "Digitalización en el transporte y la logística; Innovación para supermercados, autoservicios y distribución comercial minorista; La internalización productiva". La iniciativa, organizada en el marco de la cooperación académica entre el Centro Iberoamericano de Formación e Innovación Profesional (CEIFIP), la Cámara de Supermercados y Autoservicios de Córdoba (CASAC), y la Universidad de Huelva, tuvo como propósito fortalecer la formación ejecutiva, el intercambio de experiencias y la articulación entre el ámbito

empresarial y universitario, con foco en la innovación y la transformación digital del sector logístico.

Bienvenida institucional

La delegación fue recibida en el Campus El Carmen de la Universidad de Huelva, donde se llevó a cabo un ágape de bienvenida con la presencia de autoridades académicas y docentes. El encuentro marcó el inicio de una semana de intensa actividad académica, en un clima de cordialidad y cooperación que subrayó la importancia del vínculo entre Argentina y España.

Acto inaugural y visita técnica

El acto oficial de apertura de la

Microcredencial Internacional, estuvo encabezado por Elena García de Soto Camacho, decana de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo; Yolanda Navarro Abal, vicerrectora de Formación y Desarrollo Profesional; Rosanna Bino, presidenta de CEIFIP; Mario Moreno, presidente de CASAC; Víctor Hugo Palpacelli, presidente de la Cámara Argentina de Supermercados (CAS); y Juan José García del Hoyo, director de la Microcredencial.

La jornada continuó con la visita al Centro Logístico del Grupo El Jamón, donde la delegación fue recibida por Paco Díaz, fundador de la empresa.

Durante el recorrido, los partici-

partes conocieron en detalle los procesos de almacenamiento, distribución y gestión operativa de esta compañía, referente en Andalucía, con casi 300 tiendas y más de 50 años de trayectoria. Por la tarde, la comitiva visitó Palos de la Frontera, donde fue recibida por su Alcaldesa, Milagros del Rocío Romero Artero, con quien se compartió un valioso intercambio sobre los lazos que unen a las regiones, los proyectos industriales y turísticos en desarrollo y las oportunidades de cooperación.

Visitas y clases teóricas

La delegación visitó la empresa de logística y transporte GTO Transonuba (Niebla), donde fue recibida por su fundador y presidente Esteban Sánchez Bernabé y conoció su modelo operativo de alto nivel. Luego, se mantuvo un encuentro institucional en la Federación Onubense de Empresarios (FOE). La jornada cerró con clases en la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad de Huelva, a cargo del profesor Carlos Vida Blanca, quien compartió sus conocimientos sobre la digitalización, la innovación y la sostenibilidad en el transporte y la logística.

Clases magistrales

La jornada se desarrolló en la Facultad de Ciencias del Trabajo, con módulos dictados por los profesores Ana Gessa Perera, Elena Carvajal Trujillo y Ángel Rodríguez Williams, quienes abordaron temáticas vinculadas a la digitalización logística, el marketing aplicado y la innovación tecnológica.

Durante el transcurso de las clases, la delegación recibió la visita del Decano de la Facultad de Ciencias del Trabajo.

Clausura académica

El programa concluyó con el acto de clausura en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería (ETSI) de la Universidad de Huelva, presidido por el rector José Rodríguez



La Cámara de Supermercados y Autoservicios de Córdoba, junto al Centro Iberoamericano de Formación e Innovación Profesional y la Universidad de Huelva, organizaron un evento internacional de primer nivel en materia de capacitación profesional.

Quintero, junto a la vicerrectora Yolanda Navarro Abal y la decana Elena García de Soto Camacho. Se entregaron certificaciones a los participantes argentinos, quienes expresaron su agradecimiento institucional.

Rosanna Bino, presidenta de CeIFIP; Mario Moreno, presidente de CASAC; Víctor Hugo Palpacelli, presidente de CAS; y Luciana Blas, directora general de CASAC, destacaron la relevancia de la experiencia compartida, entregando placas de reconocimiento a las autoridades anfitrionas.

Por la tarde, la delegación realizó un paseo en barco por la ría de Huelva y una visita a las instalaciones del Puerto de Huelva, nodo estratégico que moviliza más de 30 millones de toneladas anuales de gas natural, minerales, cobre, sal, cereales y graneles.

Balance y proyección

La Microcredencial Internacional en Digitalización en el Transporte y la Logística representó una experiencia académica y profesional de altísimo nivel, que combinó formación, intercambio y aprendizaje práctico.

El programa permitió a la delegación argentina adentrarse en el modelo logístico español, fortalecer la cooperación institucional y proyectar nuevas líneas de colaboración entre universidades y empresas de ambos países.

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

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





DESTACADA PRESENCIA EN LA CIUDAD

Los cinco locales de la cadena se encuentran ubicados en lugares estratégicos de la ciudad de General Pico, La Pampa.

Una historia de esfuerzos, valores y sueños compartidos

El Supermercado Tomás de León es una destacada propuesta para que miles de pampeanos realicen sus compras. Su continuidad a lo largo de un siglo lo ha convertido en un símbolo de identidad regional.

La cadena Tomás de León, ubicada en la provincia de La Pampa, celebra este año su centenario, un hito que la convierte en uno de los comercios familiares más emblemáticos del país. Desde sus inicios, como un pequeño almacén de ramos generales, hasta su consolidación como un supermercado moderno, la historia de la familia De León refleja la evolución del comercio local y el espíritu emprendedor pampeano.

La historia de De León está intrínsecamente ligada a la de General Pico. Todo comenzó en 1925, cuando Consuelo y Tomás de León abrieron una pequeña despensa en la esquina de Avenida San Martín y calle 17. Con el paso de las décadas, el almacén creció y se adaptó a las necesidades de cada época: se transformó en autoservicio en los años 60, modernizó su infraestructura en los 80 y expandió sus servicios en los 2000.

El negocio familiar no solo ha sobrevivido, sino que ha prosperado a lo largo de las décadas, adaptándose a los cambios y creciendo junto a la comunidad. Hoy, la empresa cuenta con cinco sucursales estratégicamente ubicadas y brinda empleo a aproximadamente 150 personas. La tercera generación familiar continúa al frente del supermercado, manteniendo los valores que lo hicieron perdurar: cercanía con los

SUPERMERCADOS Y MAYORISTA

Una empresa que apuesta día a día por Ceres y la zona, marcando la diferencia por la gran variedad de productos y la buena atención que reciben sus clientes.

El Hiper de la Región

"Una Empresa de Ceres que trabaja e invierte por y para la Región..." Apóyela...!!!

AGUILA 1: Independencia 248 - Ceres - Santa Fe - Tel.(03491) 42-2740

AGUILA 2: Chacabuco y Belgrano (Admin.) - Ceres - S. Fe - T. (03491) 42-2856

MAYORISTA: Ruta 34 Km. 384 - Ceres - Santa Fe - (03491) 43-4448

DISTRIBUIDORA SELVA: Alej. Seinz 452 - Selva - Santiago del Estero

DISTRIBUIDORA SAN CRISTOBAL: Saavedra 1155 - San Cristóbal - Santa Fe



Los Angeles
SUPERMERCADO

vecinos, precios justos y apuesta por proveedores locales. Un dato que resalta la continuidad y el legado es que la cuarta generación de la familia De León está haciendo los primeros pasos en la empresa.

Festejos

La celebración de los 100 años incluye actividades culturales, reconocimientos a empleados históricos y una muestra fotográfica que recorre la memoria del comercio. Además, para celebrar su primer siglo de vida, la empresa ha decidido premiar la fidelidad de sus clientes con un sorteo de gran magnitud. No es la primera vez que el super hace un concurso importante, en esta oportunidad se sorteará un automóvil Renault Kwid 0 Km.

La participación es simple, con cada compra en cualquiera de las cinco sucursales, los clientes reciben un cupón junto a su ticket, completan el cupón con sus datos y lo depositan en las urnas ubicadas en cada local. El sorteo del premio principal se realizará a finales de marzo o principios de abril de 2026, pero la espera estará llena de oportunidades, ya que la empresa planea realizar sorteos sorpresa mensuales.

La estrategia comercial

Mantenerse relevante en un mercado tan dinámico durante 100 años no es tarea fácil, una de las claves es la clientela fiel y la capacidad de adaptarse.

El super está muy bien posicionado en la venta de productos perecederos, con excelentes verdulerías, una panificadora propia, carnicería, fiambres y rotisería en la casa central y en la sucursal de la calle 105. Todos los mencionados son sectores muy fuertes, donde Supermercados De León marca una gran diferencia con su competencia.

Mirando hacia adelante, la empresa no se detiene. Con el crecimiento de General Pico, la posibilidad de expandirse a nuevos barrios



CONSUELO Y TOMÁS, LOS FUNDADORES

Cuando Tomás de León y su esposa, Consuelo Cid Martín, deciden abrir una pequeña despensa en General Pico, en la esquina de la Avenida San Martín y la calle 17, comenzaron con un negocio familiar muy modesto, pero con muchas ganas de crecer. Con el tiempo, el matrimonio De León se convirtió en un fuerte referente de la ciudad de General Pico, con destacadas actividades a nivel social.



está siempre presente, por lo que se analizan posibles aperturas en zonas como el Barrio Sur o Barrio Centenario.

El Supermercado Tomás de León no

solo es un punto de compra para miles de pampeanos, sino también un símbolo de identidad regional, testimonio vivo de un siglo de trabajo y compromiso con la comunidad.

SUPERMERCADOS



CASA CENTRAL- SAN MARTIN 1470 - R. S. PEÑA -TEL 0364-4420960

PRESIDENCIA ROQUE SAENZ PEÑA

- Moreno 600 (Calle 13 esq 14) - Centro
- Juan Manuel de Rosas 590 (14 y 1) - Ensanche Sur
- Calle 317 e/312 y 314 - Bº 713 Viviendas
- Av. 33 y Calle 38 - Puerta del Sol
- Carlos Janik (Ex Independencia) entre 3 y 5
- Mayorista S. Peña - J. M. de Rosas y D. Orione - B. Sur
- Mayorista Ruta 16 - Colectora Sur entre 222 y 224 Barrio San Cayetano

VILLA ANGELA

- Minorista - Pasteur 170 - Centro
- Mayorista - Ruta 95 - Acceso Norte

CHARATA

Ruta 89 - Km 173

40 AÑOS
CRECIENDO
JUNTOS

SIEMPRE UN PASO ADELANTE



¡GRACIAS POR ELEGIRNOS SIEMPRE!

¡Feliz fin de año!



MERECIDOS RECONOCIMIENTOS

Entrega de distinciones durante el evento "GS1 reConecta", el espectacular show organizado por GS1 Argentina para festejar su 40° aniversario.

GS1 Argentina celebra 40 años liderando la transformación digital

De los primeros códigos de barras al salto hacia los códigos 2D que transforman la manera en que el mundo se identifica, comparte y confía en la información.

En 1985, la Argentina dio un paso decisivo hacia la modernización. Ese año, nuestro país fue aceptado como miembro de la International Article Numbering Association (EAN), recibiendo el prefijo 779 como código nacional para la identificación de productos.

A partir de ese momento, el código de barras comenzó a transformar la manera de producir, comercializar y consumir, dando origen a una nueva etapa de eficiencia, transparencia y colaboración.

Lo que empezó como una solución técnica se convirtió en un lenguaje común para los negocios, un puente que unió a empresas, sectores y consumidores bajo un mismo propósito: crear confianza a través de los datos.

Impulsar la transformación

Durante estos 40 años, GS1 Argentina creció junto a una comunidad diversa que representa a todo el país: desde grandes cadenas de retail y laboratorios farmacéuticos hasta productores regionales y microemprendedores.

Esa red –federal, colaborativa y plural– es la que mantiene vivo el espíritu de GS1: una organización neutral, al servicio de todos los actores que confían en la calidad y veracidad de la información.

Gracias a esa neutralidad, GS1 Argentina se consolidó como un socio estratégico de organismos públicos y privados, impulsando programas clave como el Sistema Nacional de Trazabilidad de Medicamentos



Conectando empresas
con consumidores

El **HUB** de **DATOS** 
más grande del mundo
+ de 600 Millones

de **productos identificados** con datos
disponibles para todas las industrias

edi

OSA

negociAR



ALEJANDRO RODRÍGUEZ, CEO DE GS1 ARGENTINA

“GS1 nació con una idea simple pero poderosa: crear un lenguaje común para que todas las organizaciones que integran una cadena de valor puedan confiar, conectarse y crecer. Estos 40 años en Argentina muestran el impacto real de ese propósito y nos ponen frente a una nueva etapa de transformación”.

junto a ANMAT, el Programa Matrix con AFIP, y los esquemas de trazabilidad de fitosanitarios y veterinarios desarrollados con SENASA, todos ellos ejemplos de interoperabilidad, transparencia y colaboración efectiva.

Evolución constante

Más allá de los códigos, GS1 Argentina amplió su aporte con herramientas y soluciones que fortalecen la gestión, la trazabilidad y la competitividad de las empresas. A lo largo de los años, la organización desarrolló plataformas que digitalizan procesos comerciales, mejoran la visibilidad de los productos y garantizan la calidad de los datos.

Hoy el mundo vuelve a transformarse y GS1 Argentina está liderando ese cambio. El tradicional código de barras, símbolo de la revolución tecnológica de los '80, está dando paso a una nueva generación de códigos bidireccionales que pueden almacenar y comunicar mucha más información en un solo escaneo.

Entre ellas se destacan Verify by GS1, que permite validar la autenticidad y consistencia de la información de los productos; Plataforma EDI-GS1, que facilita el intercambio electrónico de documentos entre empresas; OSA, orientado a optimizar la disponibilidad de productos en góndola; Estudio FMG, que realiza un benchmark sobre niveles de disponibilidad en el punto de venta; Informe VLA, que mide los niveles de desperdicio de mercadería en la cadena de abastecimiento y GS1 Negociar, que simplifica la interacción digital entre proveedores y compradores.

Estos desarrollos expresan el propósito que guía a GS1 Argentina desde sus inicios: ayudar a las organizaciones a trabajar mejor, con más visibilidad, precisión y sustentabilidad.

El salto hacia los códigos 2D

Hoy, el mundo vuelve a transformarse, y GS1 Argentina está liderando ese cambio.

El tradicional código de barras, símbolo de la revolución tecnológica de los 80, está dando paso a una nueva generación de códigos bidimensionales, como el QR GS1 y el DataMatrix, que pueden almacenar y comuni-

11 sucursales

en Rosario, Funes, Fisherton, Pérez, Gálvez, Arroyo Seco, Totoras y nuestra **NUEVA SUCURSAL en G. Baigorria.**

Logística propia

Centro de distribución de 1000 m2
Misma calidad, variedad y frescura
en todas las localidades.

E-Commerce

Amplio surtido de productos
y grandes ofertas con envíos
sin cargo.

arcoirisencasa.com.ar

La Magia de las Fiestas

Alvear

Somos del barrio.

76 CAS & FASA

CAS & FASA 77



Los próximos años estarán marcados por una nueva forma de entender el valor de los datos y GS1 Argentina se proyecta como un habilitador de confianza, combinando innovación tecnológica y colaboración multisectorial.

car mucha más información en un solo escaneo. Estos nuevos códigos no solo identifican productos: los conectan con su historia, su origen y su impacto. Permiten acceder a datos sobre sostenibilidad, trazabilidad, composición o autenticidad, fortaleciendo la transparencia entre marcas, consumidores y reguladores. Se trata de una evolución que une el mundo físico y el digital, donde cada producto se convierte en una fuente de información confiable y verificable.

Lenguaje global basado en la confianza

Los próximos años estarán marcados por una nueva forma de entender el valor de los datos. GS1 Argentina se proyecta como un habilitador de confianza, combinando innovación tecnológica, colaboración multisectorial y un propósito inalterable: garantizar la transparencia, la interoperabilidad y la seguridad de la información en cada punto de la cadena.

En un entorno cada vez más digital e interconectado, los estándares de GS1 seguirán siendo el lenguaje que permite que todos hablen el mismo idioma. Un idioma hecho de confianza, neutralidad y compromiso con el bien común.

De los primeros lectores ópticos a los códigos inteligentes, de las góndolas físicas a las plataformas digitales, GS1 Argentina continúa liderando la transformación que conecta productos, datos y personas. Porque detrás de cada código hay una historia compartida: la de una comunidad que hace 40 años eligió innovar, y que hoy sigue mirando hacia adelante.

“Cumplir 40 años no es mirar atrás, sino reafirmar nuestro compromiso con el futuro: seguir construyendo confianza a través de los datos y la colaboración”, dijo Alejandro Rodríguez, CEO de GS1 Argentina.

Una herramienta que se expande

La plataforma de negociación implementada por GS1 –negociAR– es una herramienta en línea, gratuita y colaborativa, diseñada para conectar a productores locales PyMES con supermercados y mayoristas en Argentina, facilitando que sus productos lleguen a las góndolas de todo el país.

Principales características

- **Conexión B2B:** Permite a los proveedores ofrecer sus productos y a los compradores (cadenas minoristas) buscar nuevos proveedores y propuestas innovadoras.
- **Gratis y colaborativa:** Fomenta la creación de vínculos comerciales y la expansión de negocios sin costo directo.
- **Enfoque Local:** Aunque GS1 es una organización global de estándares, esta plataforma está enfocada en el mercado argentino para promover el comercio local.
- **Servicio de GS1 Argentina:** negociAR es uno de los servicios ofrecidos por la entidad, que también incluye otros como GS1 EDI y Verified by GS1 (verificación de datos de productos).

Estas características y la simplicidad y eficiencia de su funcionamiento hacen que el crecimiento de negociAR sea constante.



Impresión y Diseño: BYD SUDAMERICANA S.A.
Monterrey, N.L. (Méjico)
Güadalajara, Jalisco (Méjico)
Tel: 011 463-2011
www.bysudamericana.com



LA REINA
SUPERMERCADO

IR A LA REINA, ES MUCHO MÁS QUE HACER LAS COMPRAS.

Publicidad en el PDV

Footprints AI LATAM es la nueva compañía del Grupo Visual Latina que impulsa Retail Media, la tercera ola de la publicidad

Visual Latina, con sus socios Eugenio Bory y Guadalupe Cano, anuncia el lanzamiento de Footprints AI LATAM, una nueva compañía diseñada para acelerar el desarrollo del Retail Media en América Latina.

La iniciativa llega de la mano de Footprints AI, empresa líder en Europa con una plataforma SaaS omnicanal que está redefiniendo cómo retailers, marcas y agencias gestionan audiencias, datos y activaciones.

En esta nueva etapa, Agustín Otero, socio del grupo y líder de la productora digital Titan 7, asumirá la dirección de Footprints AI LATAM.

Durante los últimos años, el Retail Media se consolidó como el segmento de mayor crecimiento dentro de la industria publicitaria global. Proyecciones internacionales anticipan que para 2025 superará incluso a la inversión en TV. En América Latina, los principales actores ya muestran una evolución acelerada –con Amazon, Mercado Ads y Walmart Connect a la cabeza– impulsados por su capacidad de medir el funnel completo y capitalizar datos de primera mano con granularidad y personalización en entornos digitales.

En este contexto, Footprints AI aporta una propuesta diferencial omnicanal, especializada en integrar a la tienda.

Gracias a su tecnología potenciada por Copilot AI permite a los retailers construir sus propios ecosistemas de audiencias basados en 1P y 3P Data, acceder a insights avanzados y ofrecer inventario de campañas tanto para marcas endémicas como no endémicas. La plataforma integra el ecosistema online, offline y la tienda, todo en un mismo lugar.

ERP, eCommerce, Apps, Redes, Pantallas digitales, CMS, CRM, WA, Loyalty, Sensores, Cámaras hasta radio, todo medio del retailer convirtiendo cada punto de contacto en una oportunidad de comunicación, medición y monetización, desde awareness hasta conversión, full funnel.

“Estamos en un momento clave para la región, es una época de mucho cambio. El Retail Media dejó

de ser una promesa para convertirse en un nuevo medio, con un modelo de negocio sostenible y escalable que cambia el modelo de negocio para el retail y el mix de medios para los anunciantes. Con Footprints AI LATAM queremos acompañar a los retailers, marcas y agencias en este recorrido y ayudarlos a monetizar data a otro nivel. La tienda física pasó a ser el océano azul a conquistar, digitalizar uniéndola al mundo digital”, explica Agustín Otero. Footprints AI ya trabaja con más de 20 retailers en Europa, activando campañas para grandes marcas de consumo masivo, bancos, telcos y automotrices.

Estas compañías utilizan la plataforma para ejecu-



FOOTPRINTS AI LATAM

“En Latinoamérica el objetivo es sentar las bases de un nuevo ecosistema regional de Retail Media”: Agustín Otero.

tar estrategias personalizadas basadas en datos, optimizar inversiones con métricas como iROAS, venta incremental y personalización de forma omnicanal en serio.

Con la llegada a Latinoamérica, el objetivo es sentar las bases de un nuevo ecosistema regional de Retail Media, con estándares de operación, medición y resultados comparables a los mercados más avanzados. “Estamos muy entusiasmados, es un desafío espectacular, combinamos el mundo del retail, el Shopper Marketing junto con el mundo de Media y la AI en una misma agenda basada en Data full funnel, el nuevo petróleo” agrega Otero.

Conoce más sobre este tema en: <https://www.footprints-ai.com/es-mx>.





EuroShop edición 2026, se augura alta participación

La respuesta de los expositores es muy positiva para la exposición que celebrará su 60º aniversario con un "Global Retail Festival".

El año que viene, el mundo del comercio internacional se reunirá por 22º vez en Düsseldorf y celebrará un aniversario especial: ¡EuroShop cumplirá 60 años!

Numerosas empresas aprovecharán la oportunidad para presentarse en la feria de tecnología minorista más importante del mundo, del 22 al 26 de febrero, en Düsseldorf, Alemania.

Desde su estreno en 1966, la feria se ha convertido en la plataforma líder mundial para el mundo minorista, atraiendo visitantes comerciales de todo el mundo cada tres años. El interés es particularmente fuerte en las áreas de equipos de servicio de alimentos, tecnología minorista, gestión de refrigeración y energía, y exposiciones/eventos.

Para los tomadores de decisiones del sector minorista, firmas de arquitectura y diseño, equipamiento y planificación de tiendas es un evento al que deben asistir y que ofrece una visión del futuro de las compras.

Más de 100.000 m² en 14 salas

Alrededor de 1.900 expositores de más de 60 países presentarán sus soluciones y productos en una superficie de más de 100.000 metros cuadrados netos, en un total de 14 salas de exposiciones.

En dimensiones de experiencia, EuroShop mostrará la amplia gama de innovaciones que están dando forma a la industria minorista del mañana. Las dimensiones reflejan las diversas disciplinas que hacen que el comercio minorista sea emocionante y atractivo.

Creamos el único sistema de limpieza,
para diluir, reutilizar envases y Ahorrar.

Encontralos en las principales
cadenas y supermercados
de tu barrio.

multimax.oficial

+54 9 11 3823-3662

info@multimax.com.ar

www.multimax.com.ar



actual
supermercados

Por un 2026 donde sigamos
creando valor y nuevas formas de conectar
con nuestros clientes.

Bolívar | 9 de Julio | Las Flores | Daireaux
www.actualonline.com.ar

Equipamiento y diseño de tiendas: Alrededor de 450 expositores –entre los que se incluyen importantes empresas y fabricantes, de arquitectura y diseño de tiendas– mostrarán sus últimos desarrollos en más de 27.000 metros cuadrados de espacio registrado.

Dimensión de iluminación: Muestra cómo una iluminación bien diseñada transforma las tiendas en mundos de experiencia, crea atmósferas y prepara el escenario en el punto de venta.

Marketing para exposiciones y eventos: El espacio ya no es suficiente, por lo que se amplía por primera vez a dos salas, completando más de 25.000 metros cuadrados de espacio.

Gestión de refrigeración y energía: El área será particularmente grande. Esto no sólo demuestra la necesidad de tecnologías energéticamente eficientes y de refrigeración sostenible, sino también el fuerte auge de la gastronomía minorista.

EuroCIS (Tecnología minorista) Más de 550 expositores mostrarán cómo la IA, la atención al cliente, las tiendas inteligentes y muchas otras tecnologías están dando forma al futuro del comercio minorista.

Marketing minorista: Una dimensión que ilustrará de manera impresionante lo importante que es ofrecer a los clientes una experiencia de compra que involucre todos los sentidos.

Áreas especiales

Numerosas áreas creadas especialmente invitarán a los visitantes a profundizar en diversos temas.

En Designers' Village, firmas de arquitectura y estudios de diseño internacionales presentarán sus conceptos visionarios.

El área especial VM Experience será nueva en esta oportunidad y dará vida al visual merchandising de forma interactiva, dialógica y creativa.

El Food Service Innovation Hub destacará la transformación digital y la automatización en la gastronomía minorista, mientras que el Italian Lighting Lounge demuestra de manera impresionante el papel que desempeña la luz en el diseño de tiendas modernas.

El visual merchandising y el marketing POS ocuparán un lugar central en la tienda. IFES Global Village, dlv Village y Start-up Hub estarán de regreso nuevamente.

Minoristas y expositores presentarán tendencias, estudios de casos y presentaciones especializadas en siete etapas. Los paneles de discusión fomentarán el intercambio de conocimientos sobre temas con visión de futuro en el mundo minorista internacional.



Alrededor de 1.900 expositores de más de 60 países presentarán sus soluciones y productos en una superficie expositiva de más de 100.000 metros cuadrados netos en un total de 14 salas de exposiciones.



CH ELECTRONICS & HOME. Argentina

SE PARTE DEL MAYOR EVENTO DE NEGOCIOS ENTRE LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO

FEH 2026

ACCEDÉ A NUEVOS MERCADOS EN ARGENTINA

+ SOCIOS + VENTAS + CRECIMIENTO

6^a EDICIÓN

29, 30 DE JUNIO Y 1 DE JULIO 2026

LA RURAL, PABELLÓN AMARILLO - BUENOS AIRES, ARGENTINA

RESERVA TU LUGAR - CONTACTANOS

contacto@electronicshome.com.ar | www.electronicshome.com.ar

ORGANIZAN **Grupos Electrolar** **azuloplay** OFFICIAL MEDIA **INTEGRACION**



RONDA DE NEGOCIOS

Una de las iniciativas más celebradas fue la ronda de negocios, en la que los productores contactaron directamente a los retailers.

El futuro de las marcas propias

Más de 500 empresarios, productores y desarrolladores de marcas propias, blancas y privadas, junto a supermercadistas de todo el país, asistieron al primer encuentro internacional especializado en esa actividad, evidenciando el futuro promisorio de una propuesta comercial que en la Argentina está en pleno desarrollo.

La historia de las marcas propias en la Argentina no es nueva, pero con la realización del Marcas Propias Latam Forum Argentina se dio un paso fundamental en el camino esperado por la comunidad de empresas y entidades que integran el sector: el trabajo colaborativo y la confianza a largo plazo entre los retailers y los proveedores. Esa piedra fundamental para el desarrollo de las marcas propias en el país, expresada durante la jornada en varias oportunidades por distintos disertantes, fue la clave del mensaje de inicio de Alejandro Rodríguez, CEO y gerente general de GS1 Argentina, en uno de los auditorios del Goldencenter, en Ciudad de Buenos Aires, el 16 de septiembre de 2025. La apertura del encuentro estuvo a cargo de Mayra Boglich, presidenta y CEO de Inalpa.

La compañía fabrica y distribuye más de 60 marcas propias nacionales e internacionales desde hace más de 20 años de forma ininterrumpida. "Las marcas propias son, sin duda, un desafío formidable por la relevancia que han tomado y porque su participación en las últimas décadas en la Argentina ha alcanzado valores que oscilan entre el 12% y el 14% del mercado", dijo y agregó: "Esto, obviamente, se sustenta en la confianza y en la innovación en el servicio".

Negocios y más negocios

En el área de networking, los asistentes se vincularon directamente con las empresas proveedoras de productos a fasón que participaron del encuentro. Se trató de una gran oportunidad para ampliar redes y

explorar nuevos proyectos. Una de las iniciativas más celebradas fue la ronda de negocios, en la que empresas productoras contactaron directamente a los responsables de los departamentos de compras y desarrollo de marcas propias de las principales cadenas, grandes supermercados y retailers de la Argentina.

Las opiniones del público resaltaron la estructura dinámica de la organización de ese espacio y la rápida resolución a las solicitudes realizadas, además de la buena experiencia para todos los interesados.

El encuentro fue organizado por Expotrade, una empresa especialista en exposiciones, ferias y congresos de negocios de distintas industrias, con más de 30 años en la Argentina.



THE INSPIRED HOME SHOW

IHA's GLOBAL HOME +
HOUSEWARES MARKET

10-12 de marzo 2026 Chicago
MARTES - MIÉRCOLES - JUEVES

DONDE LA INDUSTRIA SE CONECTA CON LA INNOVACIÓN E INSPIRACIÓN

Con más de 2.000 marcas y cientos de miles de productos únicos de más de 50 países, no se pierda la oportunidad de asistir al The Inspired Home Show 2026. Al hablar con los expositores, asegúrese de preguntarles por los programas de importación directa que permiten abastecerse directamente desde fábricas, sin tener que preocuparse por los aranceles y transbordos de EE.UU. Y para pedidos más pequeños, consulte sobre los programas de devolución de aranceles, que permiten exportar productos fabricados en el extranjero desde EE.UU. sin la carga de aranceles adicionales.

Visite la feria para inspirarse, descubrir nuevas innovaciones y disfrutar de nuestra ciudad de clase mundial. ¡Esperamos darle la bienvenida en Chicago, del 10 al 12 de marzo!

— DEREK MILLER, IHA President & CEO

Regístrate para recibir un gafete de entrada
GRATUITO TheInspiredHomeShow.com



Para mayor información también pueden contactar a nuestro representante para el Show en América del Sur:

Alex Pinheiro, Monchy Lacroix, Tel: +55 11 95431 6634, alex@monchylacroix.com

© 2025 International Housewares Association. All Rights Reserved.





FRENTE A LA NUEVA ÉPOCA - SER EFICIENTE O DESAPARECER	
ESCUELA PRIMARIA	Lo transaccional dominado
ESCUELA SECUNDARIA	Optimización del abastecimiento
LA UNIVERSIDAD	Nuevos desafíos a contemplar

Stock y abastecimiento equalizado

Por Carlos Maiztegui, Director Comercial de Kikker LATAM

La gestión es un factor clave para el éxito de un supermercado o retail moderno, por ello, debe evolucionar permanentemente en busca de eficiencia.

Aunque los aspectos comerciales y físicos son decisivos, sostener la **RENTABILIDAD** en el tiempo requiere una **GESTIÓN** clara, consistente y basada en procesos y tecnología. En la base de la gestión está lo "transaccional": cuentas a pagar, conciliaciones bancarias, recepción de mercaderías, control de stocks y ventas, entre otros. Cuando estos procesos funcionan, garantizamos el control de lo esencial y podemos avanzar hacia la **OPTIMIZACIÓN** del negocio.

Aquí aparece un tema crítico: el **ABASTECIMIENTO**. Los quiebres de stock generan pérdidas de venta, mientras que el sobrestock provoca mermas, robos y capital inmovilizado. Optimizar este flujo puede mejorar los resultados económicos hasta un 25%. Por eso, el abastecimiento es fundamental y hoy contamos con herramientas tecnológicas que permiten una gestión más precisa y eficaz. Las variaciones constantes en la demanda –provocadas por nuevos competidores, lanzamientos, cambios económicos y otros factores–, hacen casi imposible prever con métodos tradicionales el comportamiento de cada producto en cada sucursal. Por eso es necesario adoptar las nuevas tecnologías disponibles.

La capacidad computacional actual y las soluciones



LA CLAVE ES LA GESTIÓN

Nuevos desafíos se acercan al mercado, nuestros clientes son más exigentes, más informados, buscan mejores servicios, por eso es básico dar los pasos adecuados sin perder la firmeza de la gestión.

basadas en Inteligencia Artificial permiten optimizar el abastecimiento considerando el diseño de cada sucursal, la capacidad de las góndolas, acuerdos comerciales, previsión de ventas con **PROMOCIONES** y comportamiento climático, entre muchos otros factores. Hoy, los supermercados y el retail moderno disponen de herramientas que permiten mejorar ventas, reducir capital inmovilizado, evitar quiebres y aumentar la satisfacción del cliente. Nuevos desafíos se acercan al mercado, nuestros clientes son cada vez más exigentes, están más informados, buscan mejores servicios, por lo que es básico dar los pasos adecuados sin perder la firmeza de la **GESTIÓN**.

En el cuadro que acompaña la nota se puede ver una analogía simple y bien gráfica.

DISRUPTIVO | INTUITIVO | ÁGIL | ROBUSTO

 **Kikker**

Gestión Inteligente de Abastecimiento



ESQUEMA FUNCIONAL | GESTIÓN AVANZADA



¿QUÉ ES KIKKER y CÓMO FUNCIONA?

KIKKER es una plataforma de software de pronóstico con Inteligencia Artificial que se centra en la automatización del cálculo de las necesidades de abastecimiento y nivelación de stock, lo que lleva a una disminución significativa de quiebres y exceso de stock con una mejora sustancial en la rentabilidad.

Recopilamos diariamente los datos de movimiento de todos los productos en cada punto de venta, procesamos los datos en nuestra plataforma y entregamos las necesidades de compra y abastecimiento para cada producto en cada sucursal ya sea directamente del proveedor a la tienda, desde Centros de Distribución, por producción interna o Cross Docking.



+54 911 3309 6502

www.kikkersoftware.com

SOLICITE UNA DEMOSTRACIÓN

"Descubrí las novedades que llevan tu cocina a otro nivel."

US
MAN

NEW Set



Olla 28

Olla 22

Cazuela

Sarten

Nuevo lanzamiento



WWW.USMANSRL.COM - TEL: +54 341 383-0156
Av. Ovidio Lagos 7350 - Rosario - Santa Fe - Argentina