

El Comercial

La Revista del Centro Comercial, Industrial, de Servicios y Agropecuario de Río Tercero

Agosto. N°1



Comienza un camino

Estimados socios y lectores, tengo el honor de dirigirme a ustedes para informarles que seguimos avanzando en proyectos que dignifiquen y permitan el crecimiento del Centro Comercial, Industrial, de Servicios y Agropecuario de Río Tercero (CeCISA), que orgulloosamente presido y a todos sus socios.

Aunque aún hay mucho camino por transitar, esta vez quiero comunicar una buena noticia. Es que esta comisión directiva decidió volver a reflotar un formato periodístico que permita una mayor difusión de los proyectos de la institución, al mismo tiempo que se imponga en la ciudad como medio de comunicación de amplios contenidos de interés. Se trata del relanzamiento y puesta en valor de un proyecto histórico de nuestra institución, la publicación El Comercial. Estará dirigida en forma conjunta, por los reconocidos periodistas de Río Tercero, Alejandro Tissera y Mariela Martínez. Ambos con una impecable trayectoria de casi tres décadas en el oficio.

En la actualidad, además, Tissera dirige el medio local Tribuna y Martínez es la corresponsal del diario La Voz del Interior en esta ciudad y en todo el departamento Tercero Arriba. En este nuevo inicio, El Comercial tendrá una salida mensual, a partir de agosto, en formato digital. La edición de cada ejemplar les llegará a los socios, todos los meses, de manera sostenida. De igual manera, se generarán adelantos de contenidos y artículos que se publicarán al instante, de manera digital acorde a los tiempos que vivimos y la inmediatez con la que necesitamos recibir la información.

En esta publicación se abordarán temas actuales, los que sean de interés vinculados al rol de esta institución y la actividad desarrollada por los socios que la integran. Se apunta a mostrar en este medio, cada producto o ser-

vicio de los socios, logros alcanzados y metas por conseguir, como así también el rol fundamental del sector privado en el entramado social, en el agregado de valor, en el desarrollo general y en el bienestar de la comunidad toda de la que somos parte.

Los periodistas que la dirigen manifestaron a la comisión directiva de CeCISA, que apuntan a que la revista pueda profundizar en temas económicos y de actualidad, en un trabajo que evolucione en forma permanente y sostenida, aggiornándose a los tiempos y a los hábitos del momento.

En cada página los socios podrán encontrar la actividad económica que desarrollan, además del análisis de la economía local, regional y provincial a cargo de profesionales, según el área que corresponda.

El gran desafío que vaticinaron los periodistas es reflejar en estas páginas -en un proceso continuo que implique mejorar la calidad del producto periodístico-, la realidad que transita el sector privado, demandas, necesidades y que sea un espacio comunicacional en el cual los socios puedan expresar sus inquietudes.

Esta Institución está hoy a disposición de los socios, con un modelo de gestión de puertas abiertas, mirando al futuro y acercando esta nueva herramienta para la comunidad.

¡Bienvenidos!

Agustín Hesar

Presidente del CeCISA

Mariela Martínez

Alejandro Tissera

Responsables periodísticos



CENTRO COMERCIAL, INDUSTRIAL, DE SERVICIOS Y AGROPECUARIO DE RÍO TERCERO

Presidente: Agustín Hesar

Vicepresidente: (Industria): Juan José Nadalín

Vicepresidente: (Agro): Guillermo Bonetto

Vicepresidente: (Comercio): José Luis Luconi

Vicepresidente: (Servicios): Patricio Biletta

Secretario: Rodrigo Airaud

Tesorero: Daniel Gioda

Vocales Titulares: Adrián Carrizo, Delia Décimo, Leandro Bolatti

Vocales Suplentes: Sandra Malpassi, Cintia Paulucci, Claudio Aimeri

Revisores de Cuentas Titulares: Edgar Grivel, Ana Laura Bustos, Andrés Garelo

Revisores de Cuentas Suplentes: Elder Schiaverano, Juan José Jalil, José Chiaraviglio

Revista
digital de edición mensual
del Centro Comercial,
Industrial, de
Servicios y
Agropecuario de
Río Tercero.
Responsables
periodísticos
Mariela Martínez y
Alejandro Tissera.

Contacto e-mail:
elcomercial
cecisa@gmail.com



Perspectiva Económica.

Entrevista Dennis Cravero



“Las autoridades locales deben atraer a los empresarios”

Dennis Cravero, vicepresidente del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba (CPCE), dialogó en exclusiva con El Comercial.

El contador público, oriundo de Río Tercero, analizó diferentes aspectos de la economía local, regional y nacional.

-¿Cómo impactan en Río Tercero y zona las medidas económicas implementadas por el presidente Javier Milei?

-La economía se encuentra en un proceso de reacomodamiento, después de fuertes cambios en la administración de las políticas económicas llevadas adelante en diciembre de 2023. Hay un ajuste a nivel macroeconómico desde el Sector Público, con reducción del gasto y consecuente financiamiento (emisión mo-

netaria), como pocas veces visto.

Fue un cambio que gran parte de la sociedad esperaba, antes de eso, estuvimos por semanas con la sensación que era muy difícil o imposible pensar a mediano plazo, y el corto plazo era el día a día. Eran parches económicos que generaban distorsiones y efectos nocivos cada vez más marcados, lo cual desembocó en barajar y dar de nuevo, con políticas de shock, sin margen para gradualismos; tomar las medidas que terminarían principalmente con la inflación, sincerar y corregir variables económicas fundamentales como excesivo gasto público, restricciones, entre otros; sabiendo que lo que seguiría era recesión y posteriormente reactivación con la nueva configuración. La ciudad y la región no es

ajena a esa realidad, caída en el consumo generalizado en comercios, turismo, incrementos de costos de servicios y costos fijos. Afectó a todos, obligando a volver a hacer número y presupuestar, con la esperanza en que este gran esfuerzo de todo el sistema conlleve a una situación a un futuro mejor; eso es lo que mantiene aún con cierta imagen positiva a este gobierno, por parte de la ciudadanía, esperando que esa recuperación sea lo más pronta posible.

-Respecto a la cosecha de granos 2024 de esta zona, ¿cómo ha repercutido en Río Tercero y región?

-El agro recordará a la campaña 22/23 con muy bajos rendimientos a nivel nacional, y nuestra región no fue la excepción. El comercio local y regional espera cada

año por ese momento posterior a la cosecha para que se vea reflejado en mayores y mejores ventas, que se vieron menguadas, sumado a un clima preelectoral muy confuso. La actual campaña 23/24, campaña que está finalizando de cosecharse se inició con muy altas expectativas por el pronóstico de la presencia del fenómeno niño (lluvias por encima de la media), pero un período de sequía muy importante en una parte fundamental del ciclo, hizo que terminara en la zona un año normal, con la sorpresa de la llegada del impensado fenómeno chicharrita (afecta severamente la producción de maíz) que llegó a la región en un momento donde los daños serán menores y no serán tan importantes como en el norte de Córdoba y provincias del norte del país, que tuvo pérdidas hasta 90%. Complementado a lo referido a cantidades producidas, podemos decir que los precios de los granos actualmente están en niveles de los más bajos de los últimos años, sin demasiadas expectativas de aumentos, lo que hace a los productores tener una administración prudente de sus inversiones mirando a futuro, y observando que cubrir sus compromisos seguramente demandará mayores volúmenes físicos de mercaderías.

-¿Río Tercero necesita del desembarco de más radicaciones de empresas e industrias?

-Río Tercero tiene una matriz productiva diversificada, y es una ciudad referente en lo regional, lo que permite y exige que siga el tren del desarrollo para poder cubrir las necesidades y demandas de los ciudadanos y no desplacen a otras ciudades que podrían competir con nosotros. Es cierto que el desarrollo del e-commerce y los canales de distribución y logística cada vez más sofisticados y eficientes generan una posibilidad que los consumidores desde sus celulares o medios electrónicos, consulten, se asesoren, compren y paguen, todo en cuestiones de clicks. Es así que las necesidades de superficies con ubicaciones estratégicas para ofrecer los productos donde circulara la gente hoy no es de una relevancia única. Pero claro está que la producción manufacturera es y será resuelta con actividades más o menos asistidas con inteligencia artificial, robots u otros medios que faciliten las tareas. Pero siempre exigirá el papel fundamental del recurso humano, con distintos tipos de calificaciones, generando empleo genuino, posibilitando dar mayor valor agregado a la economía local y nacional.

La formación de esos recursos, en los procesos y oficios específicos, la llamada mano de obra calificada es un desafío permanente para acompañar desde lo

Río Tercero tiene una matriz productiva diversificada, y es una ciudad referente en lo regional, lo que permite y exige que siga el tren del desarrollo para poder cubrir las necesidades y demandas de los ciudadanos.

formativo (papel de Universidades e Institutos Técnicos) a esa generación de polos de desarrollo. La industria, en su amplia variedad de sectores, desde agroindustria, metalmecánica, procesamiento de granos para generar mayor valor agregado con perfiles de exportación son quizás necesidades para que las distintas economías regionales permitan el despegue de la actividad a nivel macroeconómico.

Fuga de inversiones

-¿Cómo analiza la evolución de las radicaciones de las empresas o industrias, de los últimos años en Río Tercero?

-Los últimos años estuvieron signados por falta de expectativas y garantías de seguridad jurídica para inversiones a mediano y largo plazo. Empresarios de gran creatividad e ingenio hasta cambiaron sus residencias al exterior por encontrar en otros países limítrofes, reglas claras, previsibilidad, y no continuos parches que significaban muchas veces restringir o estar a contramano de lo regulado meses atrás. En ese contexto poder mantener en pie lo existente era ya un desafío, pero se empieza a percibir a nivel nacional otro tiempo. Por ejemplo, legislaciones o regí-

menes de incentivos para grandes inversiones, flexibilización laboral que no signifique precarización, facilitación de habilitaciones y menos trabas burocráticas de organismos que muchas veces funcionan como peajes innecesarios. Todo eso exige de cara a futuro a estar atentos para que desde el municipio e instituciones intermedias se articulen incentivos para la radicación de las mismas. Se observó en el parque industrial y sobre ingresos a la ciudad la radicación de nuevos emprendimientos que corresponden a un crecimiento natural de la actividad.

-¿Habría que repensar la posibilidad de atraer la radicación de empresas, a partir de la declaración de Río Tercero como capital nacional del deportista?

-La radicación de empresas debe ser un objetivo permanente, la generación de estos eventos y hechos icónicos suman a poner a la ciudad en el radar de empresarios con iniciativas y una personalidad de alta propensión a asumir desafíos. Nuestra ciudad está ubicada estratégicamente con perfil incluso turístico. Es una de las puertas de entrada a valles muy demandados, con cercanía a lagos y sierras. Uno de los motores de la actividad económica es la inversión, esta llega cuando las previsiones de consumos son de aumento, a partir de allí el aumento del empleo y una secuencia de crecimiento da comienzo; por lo cual las autoridades locales deben atraer a empresarios tanto locales como de otras localidades para producir, sobre todo en aquellos rubros que puedan ser más competitivos por nuestra ubicación.

-¿Se espera un 2024 con disminución de consumo? ¿Cómo impactaría en la economía local y regional?

-El año inició con caídas, todos los meses, en el consumo de bienes y servicios en general, debido a fuertes incrementos de precios, en gran parte por fuertes emisiones de dinero (pesos) en la última parte del año 2023, devaluación importante en diciembre del 2023 para corregir el atraso cambiario y sinceramiento de otras variables económicas.

Por lo cual, era algo previsible, estábamos prácticamente en hiperinflación, la velocidad de circulación de los pesos, sumado a la continua emisión para financiar déficits, hacía que se convalidaran precios muy altos. Fueron semanas donde la plata se depreciaba. Los aumentos de precios en el período octubre a febrero fueron muy fuertes. Luego, algunos productos no incrementaron por un tiempo o incluso reacomodaron a la baja. Los salarios vinieron en ese tiempo corriendo muy de atrás con pérdidas muy importantes de poder adquisitivo, recuperando

Precios de referencia y salarios



hacer frente a sus necesidades básicas, además de incertidumbre en la pérdida del empleo, achicamiento general de la actividad económica y fuertes recortes del gasto público. A partir de diciembre de 2023 es otro modelo económico que decidió salir de las políticas cortoplacistas de los parches permanentes, distorsivos, y dar paso a un sinceramiento general de las variables económicas. Todos sabemos que ese paso no sería sin grandes esfuerzos de toda la sociedad, y ya la vía del gradualismo estaba probada con anterioridad. En esta oportunidad exigía un cambio de shock porque la ciudadanía entendía que seguir viviendo en una espiral inflacionaria nos llevaba a un escenario futuro cada vez más dramático. El Estado debe estar atento a los sectores más vulnerables que están sufriendo con mayor crudeza los efectos negativos de todo ajuste, y particularmente del que se está llevando adelante, con medidas coyunturales complementarias para sostener el tejido social, que las personas en situación de pobreza e indigencia sean

poco a poco en este último tiempo. Esta disminución de consumos está buscando un piso a partir del cual comenzar su recuperación. Estamos en esa transición, el denominado rebote. El año terminará con una caída neta de PBI en 2024, con una mirada más optimista para 2025 y siguientes.

-El turismo en Córdoba, con sus fines de semana largos, ¿alcanzan para paliar esa caída de consumo?

-Los fines de semana largo, no compensan las caídas observadas en la temporada anterior. Lo que se busca o tiende con esta medida es reducir los efectos negativos de la estacionalidad en turismo y contribuir al desarrollo de las economías regionales. Córdoba es una provincia con alto perfil turístico y su oferta es además importante en cuanto a la diversidad de propuestas. En la práctica también se afecta la competitividad de parte del resto del sector productivo, si bien algunos sectores complementan al turismo, otros interrumpen procesos o elevan costos de producción y/o logística. La medida es ingeniosa a la hora de generar propuestas que permitan una oferta algo más regular en el sector turismo.

-Suelen presentarse quejas respecto a la falta de precios de referencia. ¿Esto impacta en la reposición de mercadería?

-La disponibilidad para la reposición de mercaderías, listas de precios y posibili-

dad de algunos plazos de financiación volvieron, después de un final de 2023 e inicio 2024 donde los proveedores en general preferían dosificar las ventas quedándose con el stock sin vender, ante las expectativas ciertas de aumentos continuos de los precios sin encontrar certeza sobre el techo de los mismos, etapa donde el fantasma de la hiperinflación era cada vez más visible. Vender (y cobrar inmediatamente) en ese tiempo por encima de la cobertura de costos fijos era un riesgo, lo que exigía sumar esos excedentes a una demanda que estaba sobreestimulada para deshacerse de los pesos ante una oferta que se mostraba retraída. Eso pasó y con el correr del año, la recesión y caída de ventas es lo que siguió; cada consumidor comenzó a medir sus erogaciones ante la pérdida concreta de poder adquisitivo. Las diferencias de precios entre mismos productos por distintos oferentes lentamente se van achicando, cuestión que meses atrás se observaba gran disparidad.

-¿Qué lectura se puede hacer de la masa salarial en distintos rubros, que manifiesta que no llega a fin de mes, para sus compras necesarias y pago de servicios?

-La estampida de precios, reflejada por los índices de precios de los meses de diciembre de 2023 y siguientes, ocasionó un shock en los asalariados que veían una fuerte licuación de sus ingresos para

El saldo positivo del ajuste: reposición de mercaderías, listas de precios y financiación

contenidas, y las que tengan capacidades de inserción en procesos productivos puedan tener la capacitación y posibilidad de encontrar aún en emprendimientos propios, la generación de sus propios ingresos que garanticen salir de esa situación. El asistencialismo en todo modelo económico debe estar contemplado, a aquellos ciudadanos que tengan dificultades ciertas, excepcionales, no como regla general. En nuestro país, en los últimos años crecieron las ayudas sociales de manera indiscriminada, como herramienta de la política. El proceso de recuperación, para de salir de severos vicios que tenía la economía, por interferencia de la política demagógica, llevará un tiempo que la sociedad espera con cierta calma pero preocupación, dando un crédito necesario a esta administración y deseando por el bien de todos que sea lo más breve y exitoso posible.



Al frente de su negocio desde 1987, Delia Décimo puede contar (y no tanto) decenas de anécdotas sobre los pedidos

Florería Irupé, 62 años entregando flores desde Río Tercero al mundo

Marca registrada

Delia Décimo cuenta que los pedidos no sólo son locales, sino que también se entregan a distintos países.

Florería Irupé, enclavada en la céntrica esquina de Bolívar y Deán Funes, hace 62 años que tiene sus puertas abiertas.

Se inauguró el 21 de setiembre de 1962. Su primer dueño fue Juan Carlos Barba. Luego pasó a manos del matrimonio conformado por Mirta Piva y Rubén Chamella.

Hasta que el 4 de setiembre de 1987 se hizo cargo Delia Décimo (65), junto a su esposo Richard Guzmán. En aquel entonces eran novios, poco después se casaron.

Delia recuerda que cuando arrancaron en el local ubicado en la tercera cuadra

de la calle Vélez Sársfield, trabajaban las 24 horas. "Fueron 10 años trabajando, sin tomarnos vacaciones", acota.

"Estuvimos 16 años de novios y Richard -señala- durmió 10 años en la florería porque se vendía todo el día".

Al tiempo, nació su hija Sofía. Mientras Delia ofrecía el ramo que algún cliente pretendía comprar, no dejaba de amamantar a su pequeña, a la vez que su marido iba a entregar otro pedido. La niña también jugaba en su corralito -recuerda su madre- con algunos accesorios de los ramos.

Rememora que tenían un auto marca Opel: "Llevábamos las coronas en el



baúl, en el techo y en el capot". El esfuerzo siempre era preponderante para esta empresa familiar.

Florista profesional

A partir de 1992 Delia comenzó a realizar talleres y cursos mediante la Cámara Argentina de Florería, entidad nacional de la cual hoy es vicepresidenta.

Al tiempo, Delia se convirtió en "florista profesional", título con matrícula, que le habilita abrir una florería en distintos continentes, en los que tienen mayores exigencias en este rubro.

Las anécdotas sobran en estas décadas al frente de este negocio. Delia no puede olvidar que justo cuando estaban por salir a casarse, les llegó un pedido de varias ofrendas florales que había que entregar en algunas horas. Así fue como varios de los amigos invitados a la boda, debieron quedarse a trabajar en la florería y ellos partieron para casarse. Los amigos se perdieron la boda y se quedaron a trabajar en la florería.

Otra de las anécdotas que los empleados recuerdan en esta nota, es lo sucedido en un velorio: al entregar una corona, al empleado le sonó el celular con un tema musical llamativo. Sin dudas, a los pocos segundos tuvo que abandonar con prisa la sala velatoria.

De entregas de ramos anónimos las anécdotas se cuentan de a miles. Algunas fueron tan llamativas que hasta una vez llegó justo a las manos equivocadas

de alguien que no debió enterarse.

Todas esas historias de esos protagonistas anónimos, quedan en los secretos que protegen al cliente, que sigilosamente se guardan desde la florería.

Un dato que no asoma como menor es que esta florería hace más de seis décadas, vende a Río Tercero, al país y al mundo. Desde puntos muy lejanos o del otro lado del continente los pagos se realizan por transferencia bancaria.

Delia mencionó que ella misma se encarga de entregar en Río Tercero los pedidos que se han realizado desde el exterior. Asegura que esos rostros cargados de emoción, de quien recibe el ramo, es indescriptible, envueltos en mucho sentimiento.

Delia menciona que la flor más exótica que se vende es la orquídea, como ocurre en tantas florerías.

Aunque acota que "el caballito de batalla es el ramo de flor de estación". Esta florería también trabaja con "flores importadas de Colombia, Ecuador y Bolivia".

Desde la florería sostienen que comercializan un rubro rentable, pero a la vez sacrificado.

Los días que más vende esta florería son los que se conmemora a la Madre y a los Enamorados. Se ven unas 14 personas trabajando, para esos festejos, y en uno de esos fines de semana atienden a unos 300 clientes.

La cámara de frío que dispone esta flo-

Datos:

-De lunes a sábado abierto de 8 a 13 y de 16 a 21. Domingos y feriados de 8 a 13. Para pedidos llamar al 03571-424475 y 412475

-En Instagram: [floreriairupedelia](#)

-Whatsapp: 3571691990

rería retarda la maduración de las flores y las conserva siempre intactas a la hora de venderlas.

En 2008 compraron local propio y anexaron productos de decoración, cestería, plantas naturales y artificiales, floreros, tierra, fertilizantes, entre una amplia gama de ofertas de este tipo de productos.

En el interior de la florería, el cliente va serpenteando entre crisantemos, rosas, claveles, gerberas, gladiolos, tulipanes, con un perfume abrumador que cautiva. Pero Delia acota que la gente sigue ciertas tendencias, modas o hasta imita actos de alguna película o personaje de moda.

A juzgar de Delia "vender flores lo puede hacer cualquier, pero ser florista significa que con poca flor se hace un ramo".

"Todo sentimiento se muestra con una flor, porque se regala vida", cierra el diálogo con El Comercial.



Delia Décimo posa con orgullo en su coqueto local comercial de la calle Bolívar 295 de Río Tercero, rodeada de flores y plantas

Desafíos e
inversión
en el agro

*Fue la primera mujer
presidenta de la filial de
Federación Agraria en el
interior del país.*

*En la actualidad, sigue
perteneciendo a la
entidad de campo local.*

Adriana Cabo: “Estamos preparados para desarrollar proyectos y agregar valor a la producción primaria”



Para Cabo el productor necesita políticas de estabilidad por lo menos de 20 años para seguir una hoja de ruta sin cambios

Con una activa participación como productora agropecuaria, Adriana Cabo fue presidenta de la filial local de la Federación Agraria Argentina, años atrás. De esta manera, se convirtió en la primera mujer en ocupar ese cargo,

en el interior del país, en esta entidad que representa a los productores agropecuarios.

A juzgar de Cabo, “los productores están capacitados para desarrollar proyectos y agregar valor a la producción

primaria”. En esa línea, ejemplifica la realidad respecto a la cría de cerdos: También suma que se da esa realidad con el criadero de pollos o los feedlot (sistema intenso de producción de carne de vaca, de ganado confinado en corrales y con



Sin techo. Adriana Cabo señala que el campo cuenta con un potencial enorme, pero hay que dejarlo abrir la tranquera

dietas balanceadas a base de maíz y soja).

“En todos estos procesos se utilizan los granos que hace el productor en su campo y termina convirtiéndose en carnes”, acota Cabo.

Sin embargo, sostiene que “las políticas del sector agropecuario no son a largo plazo y no garantizan que los vaivenes económicos impacten en forma negativa en estos emprendimientos, los cuales son de mucha importancia económica”. Por ello entiende que “esas realidades hacen dudar a la hora de realizar grandes inversiones, que termina frenando al sector”.

En esa línea, abogó que los productores necesitan que se les garantice de manera sostenible el mercado de dichas actividades.

“Necesitamos -subraya- políticas que nos garanticen que no importa el Gobierno que esté, sino que podamos seguir por muchos años (20 al menos), una hoja de ruta sin cambios bruscos en reglas económicas”.

También entiende que es prioritario “un cambio en las reglas de trabajo para terminar con la industria de juicios, que no significa sacarle beneficios a nadie, sino acordar para que no se dude a la hora de crear puestos genuinos de trabajo, que terminaría siendo un beneficio en la economía del país”.

Si estas garantías se dieran sería muy

La cosecha de maíz alcanzó un rendimiento de entre 6000 y 8000 kilogramos por hectárea en esta campaña, mientras que la soja llegó a entre 2500 y 3300 kilos por hectárea.

bueno abrir -refuerza- mercados para granos, carnes, lácteos, economías regionales, venderle al mundo y satisfacer al mercado interno.

Opina que si al campo se le ofrecen reglas claras y previsibilidad, “no tiene techo en crecimiento, en crear fuentes de trabajo y fortalecer los pueblos del interior porque todas estas inversiones le dan vida a la economía de los pueblos”.

Gobierno nacional

Respecto al acercamiento que tienen los productores agropecuarios con las actuales autoridades del Gobierno Nacional, Cabo respondió que “el agro, a través de sus representantes (mesa de enlace na-

cional), tiene diálogo con Sergio Iraeta, secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca”.

Interpreta que ese diálogo “es bueno”, aunque opina que “el resultado hasta ahora es pobre”.

A renglón seguido agrega que el sector agropecuario necesita de manera urgente, dos medidas: como sacar los derechos de exportación, que es un impuesto distorsivo, y un tipo de cambio único, porque todo este dinero que se va al Estado nacional daría la posibilidad de potenciar las economías de los pueblos del interior y generar condiciones para aumentar competitividad.

En esa línea cita que “el campo aportó desde el 2002, U\$S 2.030.000 millones en retenciones”.

Rindes

Respecto a los rindes de la cosecha de la zona, Cabo asegura que en la campaña 2022-2023 de maíz, el rendimiento fue superior a la actual en un porcentaje estimativo de entre un 20 a 30 %. Apunta que “en la cosecha actual 2024, el maíz tuvo un rendimiento entre 6.000 y 8.000 kg. por hectárea”.

En la soja, la cosecha pasada 2022 - 2023 también tuvo un rendimiento superior -destaca- a la actual, aproximadamente en un 20%.

El rinde de la soja en el 2024 fue entre 2.500 a 3.300 kg. por hectárea.



Aldo Magnino, encargado de la estación, adelantó que está en marcha la inversión para un nuevo servicio

Aimetta sumará venta de GNC

**Tres décadas
en el expendio
del combustible**

Hace tres décadas que funciona la estación YPF a cargo de la empresa familiar Aimetta SRL, en Río Tercero. Su próxima meta es anexas a la venta de combustible líquido, una estación de GNC.

El encargado de la firma, Aldo Magnino, aseguró a El Comercial que cuentan con todas las habilitaciones correspondientes. El servicio de GNC se prestará en la misma sede ubicada en Avenida Savio 1202.

Aunque indicó que aún no saben si comenzará a funcionar este año o el pró-

ximo. “La inversión es muy importante”, aunque explicó que no se puede dar números, porque todavía siguen invirtiendo para poner en marcha la venta de GNC. En la actualidad la estación está guiada por la segunda generación. En realidad, quien abrió las puertas de esta empresa fue Dardo Aimetta, ya fallecido. “Mi suegro era un visionario, tenía una empresa de montaje y fue ampliando al rubro hasta abrir la estación. Primero alquiló y luego compró (antes con la marca Isaura)”, re-

cuerda Magnino, su yerno.

“Y eso funcionaba”.

Otros de los recuerdos que atesora la familia, es cuando Dardo -El flaco Aimetta, para muchos amigos- apuntó al crecimiento de la estación a través de sorteos, de motos, autos, pan dulce para Navidad, más los regalos para el Día del Niño, del Padre: “Y eso funcionaba”.

Con orgullo mencionó que en el año 2000 esta estación de venta de combustible recibió el premio de YPF, por tener el mejor mix de venta de la provincia de Córdoba, de la nafta Fangio XXI. Es decir, quienes más vendieron en el interior del territorio cordobés.

Explicó que eso significó que se mejoraran las utilidades en todos los productos.

También YPF los reconoció que toda una nueva imagen para la sede y un premio en la comisión del producto. Por caso, en vez de obtener el 3% del producto, se recibió un 4%. Hubo una mayor ganancia por ese mérito en las ventas. En este caso YPF midió el mercado de





Mi suegro era un visionario, tenía una empresa de montaje y fue ampliando al rubro hasta abrir la estación. Primero alquiló y luego compró (antes con la marca Isaura).



automotor de la ciudad y así concluyó que esta sede vendió más cantidad, de la nafta más cara de esa marca.

Ventas

A la vez, Magnino recordó que 2003 y 2004 se padeció una gran recesión, por eso se llegó a cobrar una tasa al combustible.

Pero la realidad es distinta. En plena recesión si bien bajaron las ventas, Magnino explicó que los precios han subido, pero se mantiene la rentabilidad.

En esta estación por ser urbana, se vende -dijo- más nafta que gasoil.

Detalló que en esta estación "nunca se perdió el abastecimiento ni se dejó de vender previo a un aumento".

Esta estación cuenta con 12 empleados, está abierta las 24 horas, con una cafetería con una amplia carta de menú y suma día a día descuentos a sus clientes, a la vez que no deja de crecer.



Magnino recordó con orgullo que en 2000 la estación recibió un premio de YPF. Abajo el encargado muestra un sistema automatizado



DESCUENTOS

Lunes

- 15% con Cabal Crédito. Banco Credicoop. Tope: \$6.000 mensual.
- 20% con Cabal Crédito, acreditación de sueldo. Banco Credicoop. Tope: \$8.000 mensual.
- 15% con Mastercard Clientes Emminent. Tope: \$7.500 mensual.
- Tres cuotas sin interés. Tarjeta de Crédito naranja, plan Z.

Martes

- 15% con Modo Banco Hipotecario.

Miércoles

- 20% con Visa Crédito Platinum. Modo Macro. Tope mensual \$3.000.
- 30% con Visa Crédito Signature. Modo Macro. Tope mensual \$5.000.
- 20% con Visa Crédito Platinum. Modo Macro. Tope mensual \$3.000.
- 30% con Visa Crédito Sinature Macro Selecta. Modo Macro. Tope mensual \$5.000.

- 15% con App YPF, para nafta infinia o diesel infinia.

Jueves

- 30% con tarjeta de crédito Visa Black y Crédito Platinum. Santander Select. Tope mensual: \$15.000.

Viernes

- 15% con App YPF, para nafta infinia o diesel infinia.

Sábado

- 10% con Mastercard Prepaga / TC Ualá. Tope mensual \$2.000.
- 20% con TC Mastercard Ualá Vene de 10. Tope mensual \$5.000.
- 15% con Visa y Mastercard, plan sueldos. Banco Comafi. Tope mensual \$3.500.
- 20% con Tc Visa y Mastercard. Comafi UNIC. Tope mensual \$6.000.

Domingo

- 10% con tarjeta Visa y Mastercard. Modo Banco Ciudad. Tope mensual \$4.000.



Reunión con FEDECOM

Integrantes de la comisión del Centro Comercial, Industrial, Agropecuarios y de Servicios (CeCISA) se reunieron el viernes pasado con el Consejo General de FEDECOM (Federación Comercial de Córdoba).

El encuentro tuvo lugar en la vecina localidad de Tancacha.

Además, participaron delegados de la institución anfitriona tancachense.

En la reunión participaron los sectores que integran la Federación Comercial de Córdoba (FEDECOM): Mujeres Empresarias, Turismo, Centros Comerciales Abier-

tos e Industrias Creativas y Culturales; y Jóvenes Empresarios.

Delegación local

En representación de la sede rioterce- rense estuvieron presentes: Agustín Hesar (Presidente de la Institución), José Luis Luconi (Vicepresidente Sector Comercial), además de las vocales Ana Laura Bustos y Delia Décimo, quienes también son miembros de la comisión directiva y participantes de la subcomisión de Comercio.

Y en representación de los Jóvenes

Empresarios, de la filial rioterce- rense, estuvo presente Walter Dellacheca.

En esta reunión se trataron temas relacionados a la coyuntura actual, situación de tarifas y la problemática relacionada al sector energético, caída de ventas, entre otros tópicos empresariales.

El cierre estuvo a cargo de Efraín Molina, quien hizo eje en un nuevo paradigma económico: "Desentrañando los desafíos y beneficios de la ley Bases, para el sector comercial".

Tras la reunión, Ana Bustos, comentó que se trataron temas para mejorar la imagen de los comercios y evaluar la situación y expectativas de otros centros comerciales de la provincia.

También se abordaron las variables que hay que cambiar respecto a la economía nacional.

El tema de la necesidad de revisar las medidas sobre el precio de las tarifas de la energía eléctrica, fue un tema de preocupación que se manifestó en ese encuentro. Por caso, se ofrecieron ejemplos de cómo ahorrar el consumo de luz, además de dejar sentado la preocupación de lo que cada comerciante debe desembolsar por este servicio.

Se ofrecieron, además, capacitaciones para las ventas con QR, cuyo uso va creciendo en los distintos comercios.

Sorteo Día del Amigo

Un desayuno o merienda, con un acompañante, es el premio que recibieron los 10 ganadores del sorteo por el Día del Amigo.

Premiados:

1. Celine Vidal, MEL.
2. Juan Ceballos, DON CARLOS VINOS.
3. Muccio Ester, MONYVAL.
4. Griselda Perasolo, ROSSO DEPORTES.
5. Sofía de la Porta, AQUELLARRE.
6. Natalia Funes, FARMACIA RINCONEZ.
7. Ferrero Julieta, PELUQUERÍA DANIELA ESPER.
8. Leguizamon Francisco, IRUPÉ.
9. Necachi Eugenia, AIKOS.
10. Carranza Jorge, PINTURERÍA QUIMTEX.

Asesoramiento comercial y financiero a empresas agropecuarias

La charla se realizará el martes 13 de agosto, en el auditorio de la filial empresarial, en calle Vélez Sarsfield.

Se ofrecerá este 13 de agosto a las 18.30, una charla para orientar y asesorar a gente ligada al campo. En el auditorio del Centro Comercial, Industrial, de Servicios y Agropecuarios, disertará Hernán Fernández Martínez, asesor comercial y financiero de empresas agropecuarias. Así lo anticipó Guillermo Bonetto, vicepresidente del sector agropecuario del CeCISA. Además, comentó que el disertante "ya está trabajando con algunos productores agropecuarios, sobre la comercialización de granos". La charla se denomina "Gestionando la incertidumbre, qué hacemos con los granos en este contexto". La entrada será gratuita, en el CeCISA, pero con cupos limitados. Por ello se aconseja confirmar la presencia con antelación al evento.

"Comenzamos a invitar a gente del sector para que participe



Guillermo Bonetto, Vicepresidente sector Agro

de distintos eventos que realizará en forma permanente el CeCISA", subrayó Bonetto.

Se trata de darle un espacio -añadió- a los nucleados en la parte empresarial de agro. "Es un tema importante a tratar en momentos de bajo precio de los granos y de una rentabilidad muy baja del sector", aportó.

En caso, que algunos de los productores tengan interés en un asesoramiento permanente, se abrirá -citó- la posibilidad de contar con una charla de coyuntura, de forma mensual, analizando el mercado y cómo influye en el sector, con distintas estrategias.

Para información llamar al
Teléfono Fijo 03571- 644644

Bodegas Zuccardi exporta el 50% de su producción de vinos

El dato surgió del empresario que preside la empresa familiar, en la charla-debate que organizó la Asociación Mutual del Centro Comercial, Industrial y de Servicios de Río Tercero (AMCeCIS).



José Zuccardi juntos a sus hijos, la nueva generación que ingresó a la empresa familiar (Prensa Bodegas Zuccardi)

José Zuccardi, presidente de la bodega Familia Zuccardi, comentó en su disertación que se registró en Río Tercero, que su empresa exporta el 50% de su producción vitivinícola.

La bodega ubicada en el Valle de Uco (a 100 kilómetros al suroeste de la ciudad de Mendoza) fue reconocida como la mejor del mundo en los años 2019, 2020 y 2021. Es identificada por su producción Santa Julia, en referencia al nombre de su hija.

En el marco del ciclo de conferencias que desarrolla la Asociación Mutual del Centro Comercial, Industrial y de Servicios de Río Tercero (AMCeCIS), el empresario reconocido a nivel mundial recordó cómo evolucionó su empresa familiar que fundó su padre en 1963. La dirigencia a cargo de José comenzó en 1985.

El directivo mendocino, que forma parte de la segunda generación en esta empresa, no dejó de brindar detalles de

La empresa familiar

cómo es trabajar con sus hijos, a través del consenso, en productos que a veces demandan un desarrollo de hasta una década. Preciso que se impone “una comunión de objetivos y valores, por eso no hay uno que pierde o gana”.

En la charla brindada por la mutual que depende del Centro Comercial, Industrial, de Servicios y Agropecuario de Río Tercero (CeCISA), dijo que ponderan la calidad, la innovación y la relación con la comunidad.

Profundizó en la manera de llevar adelante una empresa familiar, en la que se impone el respeto de la libertad, para que cada integrante decida respecto a si pretende integrar la firma o buscar otro des-

tino.

Hay un esquema de codirectores y cada hijo suma un proyecto, que luego forma parte de la empresa. “Con las nuevas generaciones, las empresas familiares se refundan o se refunden”, describió.

Citó que en una actividad hipercompetitiva, no dejan de buscar la calidad en cada producto.

La firma también se dedica al turismo enológico, gastronomía, aceite de oliva y desarrollo de sus fincas. Por estos días, están avanzando en una nueva apuesta; los vinos naturales (sin aditivos químicos).

Zuccardi también se sumó a una nueva unidad de negocio, espumantes, desarrollada por uno de sus hijos, junto a un grupo de amigos.

El titular de Zuccardi Valle de Uco, no dejó de reconocer la importancia del “liderazgo y el consenso”, a la hora de arrancar con un emprendimiento.