

FRANQUICIAS FAMILIARES, ÉXITOS MENDOCINOS

Un estudio de Suraci Evolución de Empresas y Bliman Franquicias destaca los casos de Nüss, La Rotonda, Moretti, 4200, Nico Shopping, Jack House, República Milanga y Todo Glamour. PÁG. 3

The logo for 'osde' is displayed in white lowercase letters on a dark blue rectangular background. The letters are bold and modern, with a slight shadow effect under the 'o' and 'd'.

LLEVÁ TU EMPRESA DONDE ESTÁN TUS GANAS

En Telecom evolucionamos todo el tiempo pensando en tu negocio,
ofreciéndote tecnología y soluciones digitales para potenciarlo.



Tu partner tecnológico

TELECOM

Mendoza muestra casos diversos de éxitos en franquicias familiares

Un estudio de Suraci Evolución de Empresas y Bliman Franquicias destaca los casos de Nüss, La Rotonda, Moretti, 4200, Nico Shopping, Jack House, República Milanga y Todo Glamour.

Suraci Evolución de Empresas y Bliman Franquicias indagaron acerca de todos los factores que tiene que tener una empresa familiar para que funcione a la perfección.

De hecho, la consultora destacó algunos de sus clientes que operan bajo el sistema de franquicias en familia, como es el caso de: Nüss, La Rotonda, Moretti, 4200, Nico Shopping, Jack House, República Milanga y Todo Glamour.

Sin dudas, el éxito o fracaso de la misma dependerá de la relación entre los miembros, principalmente depende de la administración y de saber separar la vida intrafamiliar de la empresarial. "Sin ir más lejos Nüss es una empresa familiar con 25 años de trayectoria en la elaboración y comercialización de panificados, pastelería y complementos que ha logrado un fuerte reconocimiento marcarío y una importante expansión del negocio. En este caso la empresa está dirigida por la segunda generación en la que se involucran de lleno hoy los tres hermanos Navesi e incluso también la familia polifónica trabajando muy comprometidamente para el crecimiento de la marca", detalló Nicolás Suraci.

Y añadió: "De hecho, esta marca busca transmitir el concepto familiar y el trato es de esa manera hacia sus clientes, algo que sin dudas ha logrado obtener y consolidar en todo este tiempo".

Sucesión

Otro punto importante es justamente la sucesión del proceso. Ya que la misma también podrá aplicarse a las transiciones sanas de la empresa para empleados y clientes.

Además el destino de la empresa debe determinarse en conjunto. Por ende es indispensable el debate y la toma de decisiones colectivas, basadas en los valores familiares. Así como también definir con claridad las funciones



de cada miembro de la empresa.

En el caso de Todo Glamour, "en la actualidad es liderada por dos hermanos que se complementan a la perfección entre en el área operativa y comercial para poder sacar lo mejor de cada uno a fin de poder obtener excelentes resultados en el mercado", agrega Suraci. Se trata de una marca mayorista y minorista que comercializa insumos de manicuría, maquillaje, perfumes y otros productos de belleza con una excelente relación precio/calidad, caracterizados por una atractiva imagen del local, profesionalismo en el servicio al cliente, velocidad en la atención, accesibilidad en los precios, identidad bien definida y estilo propio".

Lazos

Una de las fortalezas de las empresas familiares es precisamente el lazo que los une y les lleva a trabajar en equipo buscando el bienestar de todos, no sólo de un sector. "En este caso se pueden destacar: Nico Shopping, que es una empresa dedicada a la comercialización de repuestos, accesorios para vehículos y autopartes con más de 40 años de trayectoria. Ahora la segunda generación comienza a tomar mayores decisiones sobre el curso de la empresa y de esta forma ha surgido la ampliación de sus unidades de negocios hacia los servicios, concretamente lo que es colocación de equipos de GNC, servicio de mantenimiento y mecánica ligera.

A su vez se encuentran en plena renovación

de sus locales teniendo como proyecto la expansión local y nacional a través de franquicias", agrega Jorge Bliman, experto en franquicias.

Otras marcas con características similares son Jack House, empresa que tiene como foco la venta de hamburguesas premium complementadas con otros productos de excelente calidad; y República Milanga, que elabora y comercializa una amplia variedad de productos apanados frescos que complementa con otros congelados como pescados, mariscos y productos vegetarianos. Aquí nos encontramos con compañías en las que hoy trabajan activamente dos generaciones, lo cual genera una combinación muy interesante entre el conocimiento y la experiencia versus el empuje y las ganas de innovar", agrega el experto en franquicias.

"Una empresa familiar no sabe a ciencia cierta si tendrá éxito o no, sin embargo, al conocer sus fortalezas y debilidades, podrán trabajar para alcanzar la excelencia", agrega Jorge Bliman.

En el caso de Moretti que comercializa fiambres, lácteos y otras delicatessen, es una marca que está liderada por una joven pareja que ha apostado al trabajo en sociedad para poder hacer crecer este concepto a través de franquicias. "Cuando se trata de parejas el mayor desafío es poder tener una clara diferencia entre la vida personal y laborar para no trasladar al ámbito de pareja aquellas situaciones que son pertinentes al negocio", concluyó Bliman.

El gigante de las papas congeladas Simplot invirtió en US\$ 20 millones en su planta de Mendoza y proyecta facturar US\$ 100 millones

La empresa Simplot puso en marcha un centro de almacenaje en frío en su planta de Luján de Cuyo. Fue una inversión de u\$s 20 millones, que integra el plan de u\$s 150 millones presupuestado para la fábrica, inaugurada hace dos años, y que exporta el 75% de su producción. Con Brasil como principal mercado, también despacha a Chile, Uruguay, Colombia, Bolivia y Perú.

«Tiene 24 metros de alto y está totalmente robotizado», describe su CEO, Fabio Calcaterra. «Hasta ahora, lo que salía de la fábrica venía a Buenos Aires. Parte, a un depósito propio y otra, a un espacio alquilado en un frigorífico. Ahora, con el centro de almacenaje en la misma planta, vamos a optimizar la logística y hacer lo aduanero ahí, para nuestras exportaciones. Ganaremos eficiencia. Nos mejora mucho la operación. También, nos permitirá planificar mejor la producción», explicó.

Este año, Simplot producirá 90.000 toneladas de papas congeladas. Es casi el doble de las 50.000 de 2020. Si bien era su target para el año pasado, logró alcanzarlo gracias a ventas realizadas a Asia y a otros países fuera de América del Sur, que compensaron la caída que en la región debido a la pandemia.

América del Sur

«La idea es que, pospandemia, esté todo enfocado en América del Sur. Con Brasil como mercado principal», puntualiza. Simplot es uno de los principales proveedores en la región de las cadenas de comidas rápidas, como McDonald's, Burger King y KFC. «Todavía, tenemos un 20% o 25% de margen para crecer», asegura.

Este año, la empresa facturará u\$s 100 millones. «Creciendo ese



20%, 25%, en 2022 podremos llegar a los u\$s 120 millones, con u\$s 100 millones de exportaciones, que habíamos planificado cuando inauguramos la planta», señala.

Si bien el motor de ese incremento serán las ventas al exterior, el 25% de su producción que destina al mercado doméstico también empuja. Con presencia en todas las grandes cadenas de supermercados, menciona un 25% de market share en góndola. «El objetivo es subirlo. En forma creciente», sugiere.

No obstante, el seguro para evitar que ese avance de las ventas locales se diluya en la hoja de resultados por efectos cambiarios es la exportación.

«Esta es una inversión de largo plazo. Todo lo que venimos haciendo se planificó cuatro, cinco años atrás. Con este proyecto, empezamos hace siete años. Después, como cualquier inversor, debemos ir adaptando nuestro plan a las variables económicas del momento. Sin esa capacidad de adaptación, es imposible», define.

«Que la estructura de la matriz de ingresos sea la exportación ayuda a compensar los problemas de falta de previsibilidad», agrega. ¿Es competitiva su exportación con el tipo de cambio actual? «Hoy,

estás ahí. En los últimos meses, la inflación fue mayor a la devaluación. Hubo un poco de atraso cambiario», responde.

Capacidad de adaptación

La capacidad de adaptación no es lo único que le da argumentos a favor del país en las conversaciones con sus socios estadounidenses. «Las condiciones climáticas y de calidad de la producción de papas en Mendoza es determinante. También, el recurso humano, que es extraordinario», afirma Calcaterra.

En la planta de Luján de Cuyo, hay 180 personas, a tres turnos. Se suman a las más de 270 que trabajan en sus operaciones administrativas, logísticas y comerciales de Buenos Aires. En tanto, un tercio de las papas que procesa provienen de campos propios, en Mendoza. El resto, de productores de la misma provincia y, según la necesidad, de Córdoba y de San Luis.

La construcción del nuevo centro de almacenamiento requirió incorporación tecnológica, de maquinaria importada -principalmente, de los Estados Unidos- a través de 150 contenedores, muchos de los cuales llegaron vía Chile, tras cruzar la Cordillera.

Fuente: El Cronista

La mejor solución para tu empresa



Generará un ahorro real en los gastos de combustible en tu flota vehicular



Única plataforma online **100% autogestionable.**

Tecnología Calco Contactless NFC, no necesita tarjeta.

Se pega al parabrisas del auto, asegurando la presencia del vehículo al momento del consumo.



Más de **1.300 Estaciones de Servicio Multibandera** en todo el país.



Más de **2.000 empresas** ya consiguieron ahorros en combustible de hasta el 30% en Argentina.

Escaneá el **QR** para más información



La UNCuyo y Film Andes se asocian para desarrollar contenidos audiovisuales, académicos, científicos y de divulgación

El CICUNC y la Asociación Civil Film Andes acordaron trabajar de manera conjunta en generar productos audiovisuales y actividades específicas que resulten de interés cultural, científico y académico. También firmaron una adhesión de socios al clúster, tendiente a contribuir con el diseño y la ejecución de distintas acciones que beneficien al sector audiovisual de la Provincia.

El convenio específico lleva la firma de Daniel Pizzi, rector de la UNCuyo y de Marcelo Ortega, presidente del clúster Film Andes. Desde las instituciones se comprometen a desarrollar diferentes proyectos audiovisuales y culturales, por el término de un año con la posibilidad de ser renovado si así lo desean las partes. En tanto que la firma de asociación al Clúster incluye a Yamila Meljim, Coordinadora General del CICUNC, quien además coordinará el proyecto.

La idea es construir un proceso colectivo de integración y articulación que reorganice y fortalezca al sector audiovisual; posicionar a la provincia como productora local en los mercados audiovisuales del país y del mundo creando una identidad de imagen de Mendoza y del sector, y también elaborar un proceso común de innovación tecnológica en todas las fases de la cadena para alcanzar una alta competitividad, con sostenibilidad, en función de las capacidades técnicas de la Universidad y Film Andes.

En la apertura del acto, el rector de la Casa de Estudios, Daniel Pizzi expresó su agradecimiento al clúster por la posibilidad que le brinda a la Universidad con esta alianza y aseguró todo el apoyo por parte de la institución para desarrollar estas propuestas que también beneficiarán a la sociedad.



En ese contexto, se refirió al vuelco que ha habido dentro del sistema educativo en lo relacionado a vincular la educación, la investigación, la extensión con la problemática de las comunidades y señaló que dentro de esa transformación este tipo de acuerdos son un ejemplo.

Habló también de su interés de avanzar en los sectores que tienen mucho valor agregado como es el audiovisual, especialmente porque Mendoza es una provincia muy organizada tanto a nivel institucional como social.

Al finalizar, expresó su satisfacción por este proyecto colectivo, por las oportunidades que se perciben y porque tiene que ver con la misión de la Universidad, "tienen las puertas abiertas para el gran desafío", concluyó Pizzi.

Sobre el convenio

La responsabilidad de la UNCuyo será ofrecer las capacidades técnicas, tecnológicas, humanas y académicas para la producción

de contenidos audiovisuales en conjunto; diseñar una oferta de capacitaciones para el sector audiovisual de la Provincia; generar contenidos audiovisuales académicos, científicos, de divulgación y de inclusión social de forma colaborativa. Y además a ofrecer, en calidad de asociada, la pantalla de Señal U para la emisión y la difusión de contenidos contemplados en acuerdo entre ambas instituciones.

En tanto que la de Film Andes se compromete a poner a disposición de la Universidad material producido por Film Andes para la emisión en Señal U, siempre y cuando los derechos así lo permitan; colaborar en la gestión de derechos de contenidos audiovisuales del catálogo de Film Andes para la emisión por Señal U en el caso que corresponda; como así también a facilitar el acceso a financiamiento provincial, nacional e internacional en asociación con la Universidad para la producción de contenidos audiovisuales en forma conjunta.

ESTE INVIERNO MANTENÉ LA

VENTILACIÓN CRUZADA

Es fundamental para prevenir el contagio de Covid-19



Ventilá ambientes en los que circula mucha gente como oficinas, aulas de escuela, comercios y medios de transporte.



Abrí solo 5 centímetros de 2 ventanas cruzadas, así generás suficiente corriente de aire y ventilación.



Abrigate bien inclusive en interiores, así podés mantener tu temperatura corporal y ventilar a la vez.



Se recomienda una ventilación constante y no abrir y cerrar, intermitentemente, puertas y ventanas.

Ante síntomas consultá en tu Obra Social o comunicate al 0800 800 26843 (COVID)

#SigamosCuidándonos



MENDOZA
GOBIERNO

A ver si nos ponemos de acuerdo



Por **Mauricio Llaver** / Director periodístico de **Punto a Punto**

Las encuestas ya dominan todo / Sin rosca no hay política, guste o no guste / Cornejo, Cobos, Rody / Con discreción, Chile es una oportunidad / Inflación dura de roer / La jerga del lenguaje inclusivo / Cosas del alma: ¡Maquiavelo! / Y un vino, por supuesto.

YA TODO LO DOMINAN LAS ENCUESTAS. Los políticos consumen encuestas todo el tiempo, como si no hubiera un mañana más largo. Pero en épocas de elecciones, eso se convierte en manía. A tres meses de las PASO, las encuestas que dicen que el gobierno no ganaría holgadamente en Provincia de Buenos Aires (casi lo único que le interesa) lo pusieron en alerta y pasaron dos cosas. Una es que Kicillof volvió a la presencialidad educativa, después de múltiples evidencias de que eso no era un problema y de que muchos seguidores militaran la no presencialidad (registro para la historia: en la Argentina de 2021 la sobredosis de ideología llevaba a que se militara la no presencialidad en las aulas). Lo otro es que Cristina, ante la falta de resultados económicos, tratará de retener tropa con discurso de barricada y papelones internacionales como aliarse con Venezuela y Nicaragua, de lo peorcito en derechos humanos en la región. Pero como para ella los derechos son sólo para los humanos del palo, eso no es un gran problema.

OPOSICIÓN: A VER SI NOS PONEMOS DE ACUERDO (TODOS). La oposición tiene muchos candidatos y todos buscan su espacio. A eso se lo denomina en los medios y redes sociales como “interna salvaje”, “grieta” o “crisis”. El problema es que estamos en una contradicción, porque los ciudadanos pedimos un “gran acuerdo” y después, cuando se está negociando, decimos que están “rosqueando” y “haciendo política”. ¿Cómo van a hacer un acuerdo entre fuerzas y figuras heterogéneas si no negocian? ¿Va a bajar el Espíritu Santo para ordenar las listas? Por supuesto que están las especulaciones, los intereses de cada uno, la tronante incontinencia verbal de Lilita, pero la democracia es un sistema donde los acuerdos políticos dirimen diferencias. Porque si todos pensáramos igual, no habría partidos (que viene de “parte”) ni candidatos distintos. Estamos ante un gobierno que va por todo, así que mejor tener paciencia en el armado de una alternativa aunque no nos gusten algunas caras o algunos modos. Porque las elecciones de este año, como viene la mano, son un juego final y dramático.

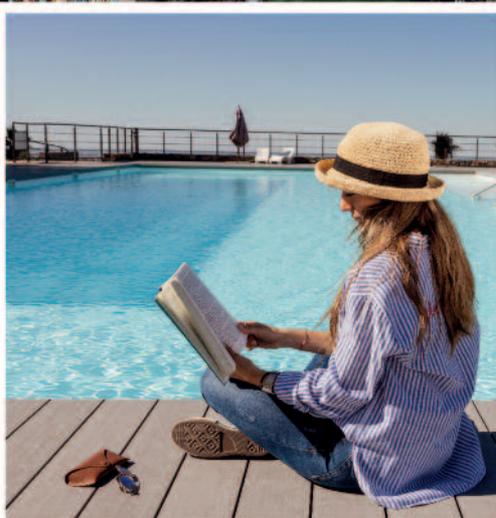
CORNEJO, COBOS Y RODY. En Mendoza las encuestas y la comidilla política dan por hecho que los front runners son Cornejo (senadores) y Cobos (diputados). Siempre que no ocurra alguna catástrofe, por supuesto. Pero la evaluación positiva de Rody Suarez sostiene la buena imagen general de Cambia Mendoza, y fotos como la de Cornejo-Rody-Macri-De Marchi en Lagarde, ciertamente ayudan. A pesar de los problemas que tenemos -pobreza, imposibilidad de desarrollar la minería, conectividad insuficiente- prevalece el reconocimiento de que durante la maldita pandemia hemos tratado de llevar una vida lo más normal posible. Y que la seguimos peleando como provincia productiva en vez de abandonarnos al asistencialismo, necesario en los plazos cortos pero letal en los plazos largos.

CHILE: ATENTA LA NEURONA. El futuro de Chile es realmente impredecible. Y recomiendo un par de videos extraordinarios de Tomás Mosciatti, director de Radio Bío Bío, para tener un panorama más amplio: https://www.youtube.com/watch?v=qVMzFI0_5sM y <https://www.youtube.com/watch?v=u6PWIPYeFoY>. Pero se me ocurre que, si se diera un escenario masivo de fuga de capitales (que ya ha comenzado pero no está cuantificado del todo), Mendoza podría ser un buen receptor de inversiones. Algo de eso pasó en los 70's, cuando Salvador Allende llegó al poder, y ahora podríamos ser un refugio de capitales en inversiones de diverso tipo (que obviamente incluyen a la vitivinicultura), y en *know how* en temas como la minería, de parte de un país que ha demostrado como nadie que la minería y la producción agrícola pueden convivir perfectamente. Plantear esto es antipático, políticamente incorrecto y fácil de hacer desde la comodidad de una computadora. Pero es una oportunidad, y en una política de Estado planteada desde los intereses de Mendoza, no lo dejaría pasar. Desde lo público y lo privado, con toda la discreción del caso, deberíamos hacer saber que somos una buena alternativa de inversión.

(Cont. en pág. 10)

lasLOMAS

PALMARES VALLEY



Departamentos 1 y 2 dormitorios

PALMARES
VALLEY



www.presidente.com.ar

 +54 9 2615 87-7450

 @presidenterealestate

 presidente.real.estate


PRESIDENTE
REAL ESTATE

(Viene de pág. 8) **TUIT ARGENTINO.** Tuit de amplia circulación desde hace muchos meses, reactivado esta semana cuando se supo que en CABA está vacunada el 40% de la población y en PBA sólo el 28%: "Odian CABA, viven en CABA. Odian a los ricos, son ricos. Odian a EEUU, vacacionan y tienen propiedades en EEUU. Odian la propiedad privada, tienen cientos de propiedades. Odian a los milicos, aman las dictaduras. Odian las prepagas pero se atienden en el Otamendi".

DATA DURA, HUESO DURO: INFLACIÓN. Índice de Precios al Consumidor de los últimos 12 meses, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Indec). El período registra recesión económica, tarifas de servicios públicos "pisadas", precios varios bajo control (en teoría), etcétera. Además, van 8 (ocho) meses consecutivos con inflaciones superiores al 3% mensual, lo cual no ocurría desde 1990. Y el acumulado de los últimos 12 meses da 48,8%.

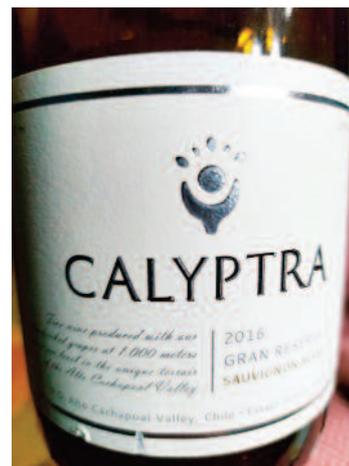
Junio: 2,2%
 Julio: 1,9%
 Agosto: 2,7%
 Septiembre: 2,8%
 Octubre: 3,8%
 Noviembre: 3,2%
 Diciembre: 4,0%
 Enero: 4,0%
 Febrero: 3,6%
 Marzo: 4,8%
 Abril: 4,1%
 Mayo: 3,3%

LA JERGA DEL LENGUAJE INCLUSIVO. Sergio Sinay, periodista especializado en relaciones humanas: "El lenguaje inclusivo en realidad no es un lenguaje, sino una jerga, y no es inclusivo sino más bien excluyente. Una característica de las jergas es que se las habla dentro de las sectas, que pueden ser religiosas, políticas, o de otra índole. Y las jergas dejan afuera a todo aquel que no integre la secta. Reducen el número de hablantes, de emisores y de receptores solamente a aquellos que aceptan el dogma (...) De esta forma el que no acepta esa jerga queda excluido. Y, en la práctica, esta jerga es excluyente porque no se puede utilizar. Basta con una prueba muy sencilla: yo les pediría que me lean en voz alta un texto donde la letra 'x' reemplaza a la 'o' ¿cómo se pronuncia una palabra así?"

COSAS DEL ALMA: MAQUIAVELO (SÍ, MAQUIAVELO).

Carta de Nicolás Maquiavelo a su amigo Francesco Vettori, 10 de diciembre de 1513, en la que le cuenta sobre su lectura de los grandes clásicos: "Cuando llega la noche, regreso a casa y entro en mi escritorio, y en el umbral me quito la ropa cotidiana, llena de fango y de mugre, me visto paños reales y curiales, y apropiadamente revestido entro en las antiguas cortes de los antiguos hombres donde, recibido por ellos amorosamente, me nutro de este alimento que solo es mío, y que yo nací para él: donde no me avergüenzo de hablar con ellos y preguntarles por la razón de sus acciones, y ellos por su humanidad me responden; y no siento por cuatros horas de tiempo molestia ninguna, olvido todo afán, no temo la pobreza, no me asusta la muerte: todo me transfiero a ellos".

Y UN VINO, POR SUPUESTO. Gracias a que la bodega chilena Calyptra está desarrollando un muy buen emprendimiento en Mendoza (Los Árboles, Tunuyán, con proyecto de hotel, restaurante y bodega propia), pude probar el Calyptra Gran Reserva Sauvignon Blanc 2016 del Valle de Cachapoal, Chile. El Sauvignon Blanc se asocia generalmente con vinos frescos, del año, pero este pasó 22 meses en barrica y conserva mucha de la fruta, pero tiene una textura en boca que podría ser de otros varietales en los cuales la madera se administró bien. Es un Sauvignon



Blanc que va más allá del imaginario del Sauvignon Blanc -digo, que no sólo es para acompañar unos mariscos o ensaladas, sino para aparear con muchas otras comidas y mejorarse mutuamente-. Cuando se habla de varietales típicos de un determinado país (como el Malbec en la Argentina) lo importante es que produzca vinos de muy buena relación precio-calidad en todos los segmentos del mercado. En Chile está lleno de SB fresquitos para disfrutarlos a buenos precios, pero también hay bombas sustanciosas como este Calyptra, que si se lo cruzan por ahí merece que lo prueben.

STAFF

<p>Punto a Punto Montevideo 251, 2º piso (5500) Mendoza</p> <p>Suscripciones abiondo@pap.com.ar Tel: 156056137</p> <p>Recepción de avisos nnardella@pap.com.ar</p>	<p>Presidente Agustín de la Reta</p> <p>Director General Adolfo de la Reta adolfo@pap.com.ar</p> <p>Director Periodístico Mauricio Llaver mllaver@pap.com.ar</p> <p>Directora de Eventos Rosana Moretta</p>	<p>Redacción Carlos Lagos clagos@pap.com.ar Ludmila Llaver ludmilallaver@pap.com.ar</p> <p>Jefe Comercial Néstor Nardella nnardella@pap.com.ar</p> <p>Área Comercial Valentina Mussuto vmussuto@pap.com.ar</p>	<p>Laura Puy lpuy@pap.com.ar</p> <p>Arte y Maquetación Fabián Molino</p> <p>Administración Analía Biondo abiondo@pap.com.ar</p> <p>Se prohíbe la reproducción total o parcial del material de Punto a Punto sin citar fuente. Registro de la Propiedad Intelectual N° 186705.</p>
--	---	--	--

MEJOR VINO DE ARGENTINA EN MUNDUS VINI 2020

SALENTEIN GRAN VALLE DE UCO 2015

MUNDUS VINI reconocido mundialmente
como el Gran Premio Internacional del Vino



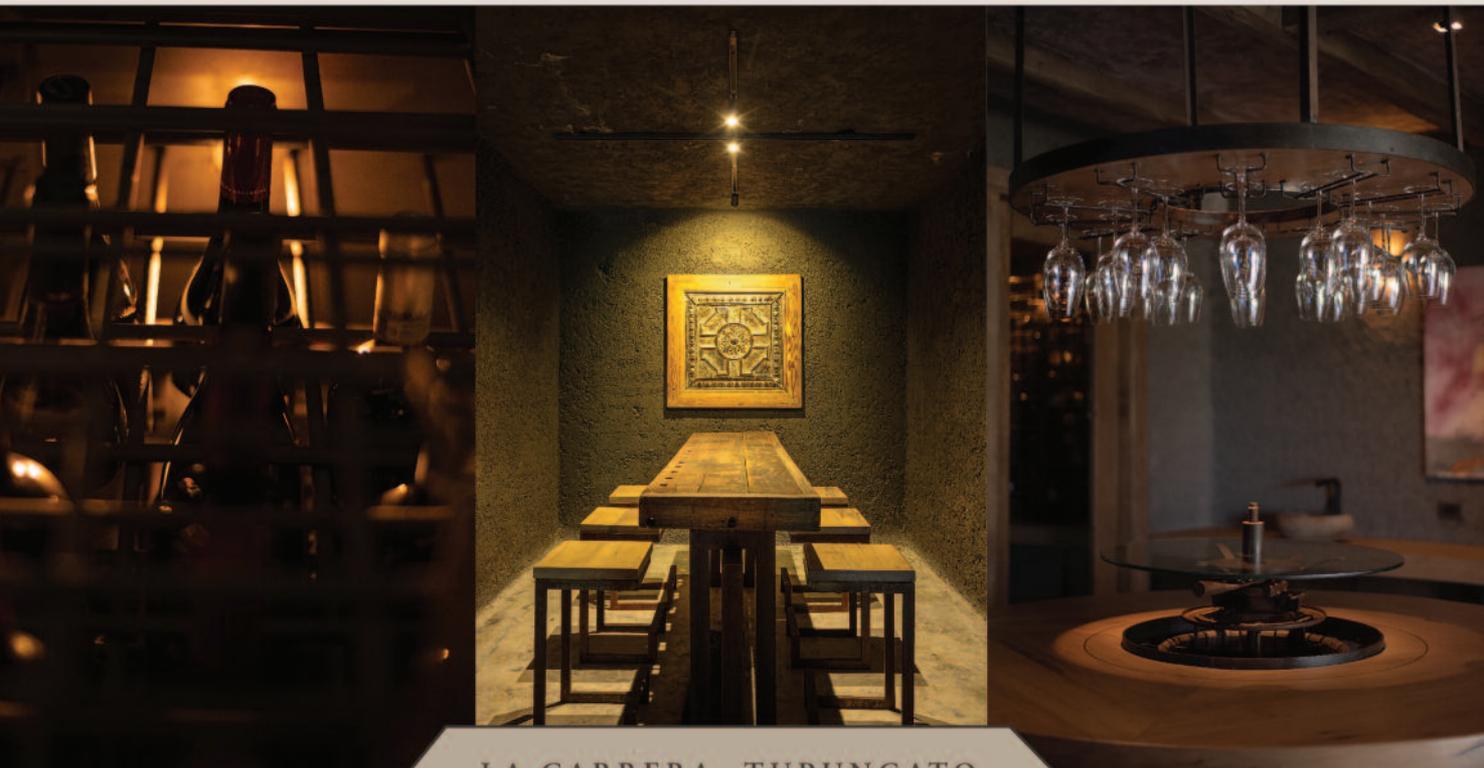
SALENTEIN
VALLE DE UCO

Para más información:
www.bodegasalentein.com

@salenteinbodega Bodegas Salentein.

BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

CLUB DE VINOS
—
ESTANCIA
ATAMISQUE



LA CARRERA, TUPUNGATO

UN ESPACIO ÚNICO AL PIE DE LOS ANDES,
DONDE EXPRESAR Y COMPARTIR NUESTRA PASIÓN
POR EL VINO.

RESTAURANTE · DEGUSTACIONES · EVENTOS

