

Transporte & Logística

ALMACENAMIENTO | DISTRIBUCION | ABASTECIMIENTO

Este suplemento es una producción de LA NACION y EXPOTRADE



OTROS TEMAS

02

GS1

Estandarización

Los nuevos usos comerciales del código de barras y las etiquetas RFID, según el presidente de la organización, Miguel Angel Lopera.

03

ESTUDIO

Ira al volante

Una investigación privada determinó que más del 50% de los conductores siente tensión al manejar; generalizada incapacidad para asumir el error.

05

UTILITARIOS

Sprinter, al mundial

Mercedes-Benz exportó a Sudáfrica unas 500 unidades del modelo; los vehículos serán utilizados para el traslado de personas durante el torneo.

07

HISTORIA

La fábrica Teubal

De cómo cuatro hermanos inmigrantes crearon un moderno e innovador imperio textil en el siglo XX, y de cómo se extinguió esa pasión.

LANZAMIENTOS

Camiones para todos los gustos

Por la mayor demanda del sector agropecuario, las ventas de pesados se dispararon; optimismo en las terminales

Con cautela pero con buenas expectativas, las grandes marcas de camiones abrieron el juego para recuperarse de la caída sufrida en 2009, apostando a prometedores pronósticos económicos, especialmente relacionados con el campo. En enero pasado la producción automotriz en general registró una suba del 68,8%, del cual sobresalen los vehículos pesados por encima de autos y utilitarios, de acuerdo con informes

de la Asociación de Fábricas de Automotores (Adefa). Los empresarios del sector coincidieron en que las señales son buenas y cada uno ya se está moviendo con las mejores ofertas "en un ambiente motivador y esperanzador", tal como lo describió José Antonio Mannucci, director general de Scania Argentina.

En un comparativo del primer bimestre de este año con el anterior, los datos de Adefa arro-

jan que la producción de vehículos pesados, entre camiones, furgones y transporte de pasajeros, se incrementó en 850 unidades, alcanzando un total de 1774, lo cual habla de un incremento notorio, que se aproxima al 100%. En ese muestreo, el renglón de camiones es el que más creció, superando el 500%. El repunte del transporte de carga

Continúa en la Pág. 4, Col. 1



(011) 4687-1883 italbus.com.ar



ANDREANI

65 años

Info@andreani.com.ar / www.andreani.com.ar

SUMANDO VALOR AL PAIS.

OPINION I

Por Esteban J. Liberman

El desafío de la innovación

La mayoría de las compañías del mundo desarrollado se enfocan en hacer frente y ganar a sus competidores por medio de estrategias que convergen hacia idénticos fundamentos. Esto sucede porque estas empresas comparten implícitamente un mismo set de creencias acerca de "como se compete en nuestra industria o grupo estratégico."

Todos comparten un mismo conocimiento acerca de quiénes son sus clientes, qué valor tienen, el tipo y calidad de productos y servicios que necesitan y tienen. Saben que competir cabeza a cabeza es salvaje, especialmente cuando los mercados están estancados o su crecimiento es lento. En estos casos se tiene la creencia instintiva, que la innovación es el único camino que puede cambiar radicalmente las condiciones competitivas.

Pero muchas veces no sabemos por dónde empezar. Después de que las buenas prácticas ya han sido puestas en marcha, y luego de hacer minuciosos estudios de cadenas de valor, ¿qué viene? Muchos ejecutivos de grandes compañías del mundo desarrollado se preguntan ¿por qué no podemos hacerlo mejor a través de una innovación?

En realidad se ha sistematizado un método de tres fases: generar la idea, desarrollarla y difundirla. En cada fase, los gerentes deben actuar en seis tareas críticas, abastecimiento de recursos; relevar el personal interno; obtener recursos internos y externos; selección y desarrollo, y la implementación.

En el mundo desarrollado asu-

men que todas las empresas tienen los mismos obstáculos en desarrollar nuevos productos, servicios o líneas de negocios. En realidad ya ha sido comprobado que los cambios de innovaciones difieren de firma en firma, por eso una experiencia que quiera ser directamente replicable de una empresa a otra podría ser un error si se realiza en situaciones equivocadas.

Aquí en la Argentina se suman la brecha de infraestructura, tecnología, conocimiento, y la inflación. Es interesante comprender que caminamos en un senda de riesgos y son distintas a la hora de manejar cambios. Con bajo riesgo tenemos que antes de poner en marcha un proceso de innovación es obligatorio mirar y ver el mercado de patentes, derechos de autor utilizadas para resolver los problemas a tratar; muchas veces ya han sido "desarrolladas muchas cosas" que ya se inventaron hace mucho tiempo.

En cambio, las brechas de infraestructura e inflación no están en nuestras manos y allí el rol fundamental lo tiene el Estado aplicando medidas efectivas ya que el nivel de riesgo a veces puede ser indeterminado por lo tanto la innovación también será indeterminada. Otro aporte del Estado es el fomento de la creatividad práctica. La innovación cambia las reglas de juego a la hora de implementarse, y produce achicamiento de estas brechas a gran velocidad y generalmente con menor inversión.

El autor es coordinador general de los cursos de posgrado Logística y Solución de Casos y Supply Chain, en la Universidad de Buenos Aires (UBA).

ESTANDARIZACION

Código de barras y teléfono celular, una nueva experiencia de compra

El sistema fue un boom en Estados Unidos en Navidad; la experiencia de GS1 en su búsqueda de un sistema universal

Andrés Asato

PARA LA NACION

"Los ojos están puestos en el comercio móvil, es apasionante observar la manera en que están operando los consumidores con los teléfonos celulares, sobre todo en regiones como en toda Asia donde explotó hace ya más de cinco años y se está trasladando ahora a Estados Unidos y Europa. Los teléfonos con aplicaciones le permiten al comprador leer el código de barras, recibir toda la información sobre el producto y hasta conocer los precios de ese mismo bien en otros comercios que estén en un radio de un km a la redonda. Es lo que se llama venta comparativa y en Estados Unidos en la última Navidad el 30% de las compras se hicieron bajo esta modalidad", explicó Miguel Angel Lopera, presidente y CEO de GS1 Global, en una charla brindada recientemente en el Business Centre del Hotel Four Seasons de Buenos Aires.

GS1 es una organización privada internacional con 30 años de experiencia en la elaboración y aplicación de normas mundiales y soluciones para mejorar la eficiencia y visibilidad de las cadenas de abastecimiento, la oferta y la demanda en todos los sectores. El diseño y la instrumentación de estándares globales permite que los productos, su información y servicios, mediante herramientas como el código de barras o el RFID (Identificación por Radiofrecuencia, por sus siglas en inglés), por ejemplo, se trasladen de manera eficiente y segura.

"El número uno en la demanda sigue siendo el sector del comercio -asegura Lopera-, el segundo que crece en forma acelerada es el de la salud pública; el tercero todo lo que es transporte y logística, abarcando sus relaciones con la aduana y donde la cadena de suministros en materia de transporte es fundamental. Y se ha mostrado interesado en trabajar con nosotros el sector aeroespacial. Después hay otros como el automo-



Miguel Angel Lopera, presidente y CEO de GS1 Global

tor que con todo lo sofisticado que es no tiene estándares globales, en cada país hay un sistema distinto y con un comercio global eso es terrible. Son millones de piezas en su estantería mezclados, y cuando hay que poner un tornillo nadie lo encuentra".

Eficiencia

En GS1 Global consideran que fabricantes y distribuidores seguirán apuntalando la eficiencia de la cadena logística. Habrá mayor demanda en seguridad alimentaria, en lo que hace a trazabilidad de productos, retornos que están en mal estado. "Otro aspecto que despierta creciente interés de las compañías es el de la sustentabilidad por el impacto del medio ambiente. Antes lo hacían por que las obligaban pero ahora se dieron cuenta de que es el consumidor el verdaderamente conciente en esta cuestión. Y el consumidor actual no tiene nada que ver con el de 10 años atrás, es más exigente a la hora de considerar aquellos productos que sean buenos para la salud y el medio ambiente."

¿Qué están haciendo las grandes compañías de producción y distribución al respecto? Según explica el presidente de GS1 Global, se ha puesto el foco en adecuar el envasado de productos, reduciendo la cantidad de cartón y plástico a emplear; y las asociaciones han comenzado a trabajar con GS1 para desarrollar un código de atributos importantes. Hay unas 20 condiciones que se están acordando

entre todas las compañías para la sostenibilidad del envasado, que se va a reflejar en un límite en el que cada producto tendrá su índice de medio ambiente.

"En los últimos 3 años venimos trabajando con el sector de salud pública, y en especial en GS1 Argentina, nos focalizamos en la identificación de pallets, de dispositivos quirúrgicos, de implantes y de pacientes para evitar la cantidad de errores médicos que se suceden hoy en día. En Estados Unidos hay un índice muy alto de pacientes que fallecen cada año por errores médicos. Y buena parte es porque la medicación es errónea. Todo el tema de estándares en la salud pública a nivel mundial es deficitario, cada país tiene códigos y normas propios, cada hospital su sistema de identificación, con mano de obra no calificada y una rotación muy alta, por lo que los errores son muy altos también", explicó Lopera.

"Hay casas que se empiezan a abrir con el teléfono, pagos con el teléfono, el mundo va a seguir cambiando a través de la tecnología. Nosotros en línea con esa tendencia creamos centros de investigaciones en Zurich, en Cambridge, en universidades de Japón, Shanghai, Corea y Australia. Son laboratorios con personas muy avanzadas en conceptos de radiofrecuencia e Internet, donde las innovaciones son permanentes y de ahí que los campos a desarrollar sean fluctuantes", explicó Lopera.



LTM- Logística Total Mercosur

Logística y transporte Internacional, de negocios. Trabajamos en anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes. Superando sus expectativas. Oficina Bs. As., Tel 4307-1419/0960 comercial@ltn.cc

[WWW.LTM.CC](http://www.ltm.cc)

Trazabilidad en toda la cadena

320.000 m2 en Parques Logísticos.

Desarrollo tecnológico de avanzada

www.exologistica.com

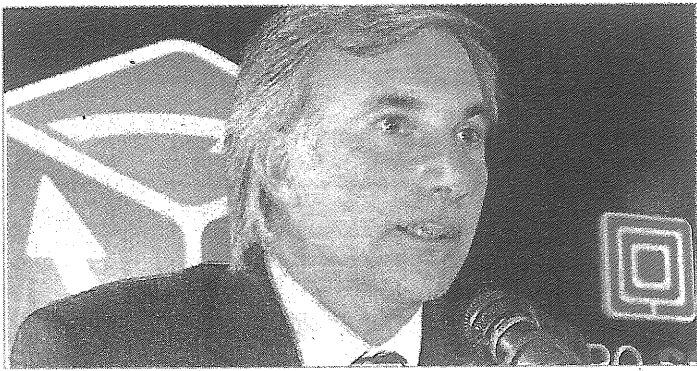
REFERENTE EN SOLUCIONES LOGÍSTICAS INNOVADORAS



EL OPERADOR

Alberti 1780, Dock Sud, Avellaneda (1871) Buenos Aires Argentina. / Tel.: 5171 7400

| PROFESIONALES |



En Arlog esperan un buen 2010

El presidente de la entidad que agrupa a los profesionales del sector, Mauro Sperperato, es optimista; tercerización, desayunos y tecnicatura

El presidente de la Asociación Argentina de Logística Empresarial (Arlog), Mauro Sperperato, es optimista: "Este año se espera un crecimiento de la actividad, aunque esto estará supeditado a diversos factores del acontecer del país en general". El directivo de Arlog, que agrupa a los profesionales del sector, analizó la situación de la logística en la Argentina.

—¿En qué situación está el proceso de tercerización?

—Hemos madurado bastante ese tema; la verdad es que tercerizar por moda no es algo que tenga sentido; la tercerización unas veces se puede elegir y otras no. Si uno no tiene masa crítica propia, es evidente que le conviene tercerizar, porque si no, lo que está haciendo no es económico. Pero si tiene masa crítica, entonces, tal vez, pueda elegirlo o combinar dos esquemas. Hay empresas que directamente deciden dedicarse a lo que es su negocio y tercerizan, por ejemplo, la distribución. Esto es a medida de cada organización; no hay una verdad revelada y todo tiene sus ventajas y desventajas.

Diría que la tercerización es algo que ya está funcionando y hay un importante porcentaje de compañías que tercerizan sus operaciones. Hay casos más extremos como los cuartos logísticos, que

es la tercerización del gerenciamiento de la logística (director o gerente de la logística externos, contratado como un tercero), pero no veo en la Argentina un gran desarrollo de este aspecto.

Tenemos que entender que para muchos negocios, la logística es más que estratégico, es como tercerizar ventas y, entonces, es difícil de tercerizar, porque se pierde el contacto con el cliente, pierde sinergias y valores agregados que si lo tiene como propio lo puede manejar a su necesidad.

—¿Qué novedades ofrecerá Arlog al cumplir 20 años?

—Los desayunos son un clásico. En el primero, invitamos a John Gattorna, un reconocido especialista en *supply chain*, que propone una segmentación y una alineación de los negocios o de los niveles de servicio y de atención, dependiendo de cada cliente.

—¿Qué expectativas tienen en la tecnicatura que lanzaron recientemente?

—Hace muchos años que tratamos de tener un título oficial y esto no es tan sencillo; finalmente, este año logramos un acuerdo con el colegio La Salle de Florida para hacer esa tecnicatura. El título ya está aprobado por el Ministerio de Educación.

Redacción Expotrade

| INVESTIGACION |

La ira, el sentimiento al volante

Según un estudio de la Universidad Empresarial Siglo 21, más de la mitad de los conductores se siente tensionado al manejar

Por Graciela Cañete

PARA LA NACION

En la Argentina, mueren alrededor de 8000 personas por año en accidentes de tránsito y es uno de los países con mayor índice de mortalidad. Pero las posibilidades de cambiar esta dramática estadística no son alentadoras, según surge de las respuestas a una encuesta realizada por la Universidad Empresarial Siglo 21, de Córdoba. La transgresión de las normas, su desconocimiento, la tensión al manejar, la agresividad, la desconfianza hacia los organismos de control son apenas una parte de las conclusiones. Para el trabajo se encuestaron a 812 hombres y mujeres de 18 a 70 años, en Capital Federal, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Corrientes y Chubut.

“Está comprobado que los errores humanos son la principal causa de los accidentes. Con el informe, se buscó trazar un perfil del

conductor, conocer sus actitudes y comportamientos”, explicó Aldo Merlino, director de Investigación de la universidad.

Al indagar sobre el estado de ánimo al manejar, más de la mitad de los encuestados afirmó sentirse medianamente a muy tensionado al conducir. Cuando se preguntaron las causas, el 48% contestó que “la gente maneja mal y no respeta las normas”, el 26% dijo que “hay demasiados vehículos”, el resto lo atribuyó a las malas condiciones de la red vial, la inseguridad, entre otros.

Irritabilidad

Un punto de análisis fue el grado de irritabilidad al volante, relacionando la ira con la disposición a transgredir normas y desarrollar conductas agresivas. Allí se observa que un 52% de las personas presenta síntomas de irascibilidad, y las demostraciones más frecuentes son tocar bocina, insultar, gesticular, hacer señas de luces, y ca-

si el 4% llega a la pelea física. La mayoría de los que alcanzan una irritación extrema son hombres y una minoría, mujeres.

En cuanto a la velocidad, un 70% admite circular en las rutas a más de 110 kilómetros por hora, mientras el 56% desconoce que ése es el límite permitido. Los jóvenes son quienes menos creen en la posibilidad de chocar por exceso de velocidad y, en general, los conductores confían en que su vehículo les permite circular a más velocidad sin riesgo para la seguridad.

Para el estudio, se les pidió a los encuestados evaluar cómo manejaban ellos y luego comparar su desempeño con el del resto de los conductores. El resultado es preocupante: la mayoría se calificó a sí misma como buena al volante, los que manejan mal son “los otros”. Esos otros son imprudentes, no miden las consecuencias de sus actos, están nerviosos, apurados, o no saben manejar. El 88,6% se califica de más respetuoso de las normas que el resto de los conductores.

“Hay una falta absoluta de autocrítica, lo que impide generar cambios de conducta. Esto nos lleva a un tema más complejo, que no sólo se relaciona con las reglas de tránsito, sino con el respeto a las normas en general”, sostuvo Merlino. Más del 60% de los conductores muestra una probabilidad alta y media alta de cometer una infracción, según datos del estudio, y al preguntar sobre los efectos del alcohol en la capacidad de conducir, el 48% declara que las dificultades se presentan a partir del tercer vaso de cerveza, cuando la normativa establece que con dos vasos se afecta el desempeño.

Fallas humanas más comunes

Invasión de carril	41%
Distracción	19%
Velocidad inadecuada	16%
Maniobra abrupta	10%
Distancia de seguimiento inadecuada	6%
Prioridad de paso no respetada	4%
Cansancio	4%

Fuente: Cevsi

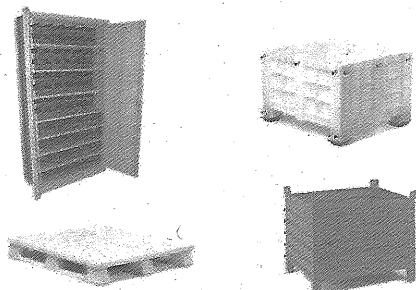
LA NACION

www.stopcar.com.ar

STOPCAR

GPS ON LINE Equipo + Instalación SIN CARGO! Servicio de seguimiento satelital

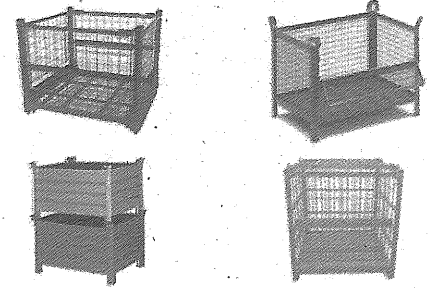
0810-666-8666



MECAPLAST

Amoblamiento y Almacenamiento Industrial.

Estanterías - Lockers - Carros c/Ruedas
 Armarios Guardaropas - Contenedores
 Pallets y Bins - Insumos Plásticos y de Metal.



LANZAMIENTOS |

Por la supercosecha, fuerte salto en las ventas de pesados

Continuación de la Pág. 1, Col. 4

es el que más creció, superando el 500%. El repunte del transporte de carga se revela también en las ventas a concesionarios. Mientras que en enero/febrero de 2009 se concretaron 821, en el mismo período de este año se superaron las 2 mil (1218 más).

El director ejecutivo de Adefa, Fernando Rodríguez Canedo, puntualizó que "si bien se debe aguardar a completar el primer trimestre para formular una proyección definitiva, de mantenerse la esta tendencia podría considerarse para 2010 un volumen en ascenso de producción y de ventas al mercado interno".

Fuerte competencia

Mientras desde Scania precisan que han transcurrido "enero y febrero con récord de ventas, tanto de repuestos como de unidades", en Mercedes Benz describieron el mismo panorama: "Ya estamos recuperando lo que perdimos el año pasado y apuntamos a seguir creciendo este año. Este 2010 pinta para la recuperación", señaló Gustavo Castagnino, gerente de Relaciones Institucionales, no sin advertir que se avecina "una competencia fortísima entre las cinco marcas grandes con las que hacemos punta: Ford, Iveco, Scania y Volkswagen". Desde esta última automotriz precisaron que tienen "muchos clientes interesados en concretar operaciones, dispuestos a invertir para ampliar sus flotas".

"Las ventas relacionadas con el campo son clave para nosotros y será duro mantener el liderazgo, pero tenemos los productos como para poder competir", remarcó el directivo de Mercedes, refiriéndose a las últimas versiones de camiones, entre las cuales tienen unidades especiales para los requerimientos del campo. Enfocando al mismo sector económico, el director Presidente de Volvo Trucks & Buses Argentina, Carlos Pacheco, manifestó que, ante el anuncio oficial de una próxima

"cosecha récord para este año, acá estamos para transportarla" con nuevos modelos que la automotriz sueca estrenó recientemente y una edición especial con financiación directa.

La prudencia no opaca el "optimismo de los clientes" de Scania, aunque siguen atentamente "cómo serán las políticas a seguir adelante. Lo cierto es que hoy hay crédito a tasas competitivas; nosotros tenemos precios que también son competitivos en la Argentina y estamos preparados para hacer operaciones de volúmenes", sostuvo su director de Ventas y Marketing, Sebastián Figueroa.

Con objetivos "muy firmes y claros", en Iveco se han planteado "ser líderes en el segmento de vehículos que producimos en nuestra planta de Córdoba. Estamos

Las automotrices se preparan para competir fuerte, sobre todo en la renovación de la flota dedicada al transporte de granos

trabajando muy fuerte también para poder resolver el problema del IVA, que todavía nos deja como único productor de camiones del país en una situación de disparidad con los competidores que importan desde Brasil al 10,5% de IVA, pagando nosotros los componentes nacionales al 21%", advirtió el director comercial, Sebastián Rodríguez Macías.

A la medida del cliente

Efectivamente, la competencia ya arrancó y los transportistas tienen mucho nuevo para probar antes de decidir su compra. Cada marca tiene su sello, pero todas apuntan a la economía de combustible y a ir avanzando en la incorporación de tecnología que les permita ofrecer camiones seguros, con-

fortables y rentables. "Nuestros vehículos, como siempre, se relacionan con la demanda de los clientes", destacó Castagnino, de Mercedes-Benz, al presentar los nuevos modelos del Atego y el Axor: Atego 1725 S 36, Axor 1933-45 y 2726 K /B, que se suman al Atego 1725-42 CD y al Axor 2035 y L 1634-51, "todos apropiados para cortas, medianas y largas distancias".

Iveco tiene previsto para este año "completar la gama y transformarnos en la línea más moderna y completa del mercado. Ingresaremos al segmento de las 9 y 13 toneladas con el modelo Vertis, presentado en el último salón Fenatran, realizado en San Pablo en octubre de 2009, y completaremos el escenario de lanzamientos con dos modelos más", anticipó Rodríguez Macías.

Scania exhibió en Buenos Aires sus nuevas unidades tractoras G 380 4x2 -de 380 CV-, R 420 6x2 -de 420 CV- y el R Highline 470 6x4 -de 470 CV-, con mejoras de diseño, nuevas cabinas y economía de operación. Ofrecieron un test driver a sus clientes del interior, en el cual se distinguió el Driver Support, que ofrece consejos prácticos al conductor en tiempo real. También el llamado Camión del Bicentenario, una edición limitada de 200 unidades "con un equipamiento de confort y seguridad únicos", resaltó Figueroa.

Por su parte, Volkswagen mostró sus líneas de productos, entre las cuales "el Worker y el Constellation se adaptan perfectamente a las tareas del campo", subrayaron desde el área de marketing. Volvo Trucks puso el énfasis en su nuevo VM Eco Experience, una serie especial de camiones en color verde metálico que con sus especiales características "reúne dos atributos importantes: bajo consumo de combustible y respeto por el medio ambiente", resaltó Pacheco.

Redacción Expotrade



El modelo Constellation, de VW



Volvo Eco VM e Iveco Euro Cargo Attack

Plan canje: Iveco puso primera

Un stock de 2100 camiones nuevos financiados por el Banco Nación están a disposición de los pequeños transportistas que quieran renovar sus viejas unidades.

Entre los novedosos últimos modelos de camiones que se lucieron en diversas presentaciones en marzo, se expuso públicamente el Eurocargo Attack de Iveco, primer modelo que está disponible para el plan de canje que había anunciado el gobierno nacional a fines de 2009, dirigido a quienes deseen renovar sus unidades de más de 30 años. El llamado 'camión económico argentino' podrá adquirirse por el plan "en \$ 194.000 pesos, contra los \$250.000 aproximados que costaba en el mercado", de acuerdo con los datos que mencionó Luis Morales, titular de la Federación Argentina de Entidades Empresarias del Autotransporte de Cargas (Fadecac), donde se exhibió el vehículo.

Morales señaló que la financiación, instrumentada a través del Banco Nación, ofrece tasas del 10,5 para el norte del país y del 12,5 para el resto, con plazos de 60 meses. "Esto da una cuota de no más de \$3500 o 3700, que podrá ser afrontada por los pequeños transportistas, a quienes va dirigido este plan".

El EuroCargo Attack nace sobre la base del EuroCargo actual, del cual Iveco ya ha superado las "11.000 unidades vendidas y fabricadas en el país, que se suman a los casi 500.000 comercializados en todo el mundo", indicó Rodríguez Macías y agregó: "Tendremos 12 versiones de este modelo, que incluyen variantes de utilización urbana, de ruta y tractor con cabina simple o dormitorio".

"El motor Iveco - FPT del EuroCargo ATTACK fue pionero en el mercado con la incorporación del sistema Common-Rail, marcando niveles difíciles de superar en materia de emisiones contaminantes gaseosas y sonoras. Con el EuroCargo Attack el transportista verá una importante reducción de sus costos operativos, especialmente en consumo de combustible", sostuvo el directivo.

En tanto, durante el anuncio del plan, el director general de Iveco en la Argentina, Natale Rígano, se expresó confiado en que la demanda podrá sobrepasar la cantidad establecida en 2100 unidades para esta primera fase del plan: "Absolutamente sí; con esto se inicia un proceso que tiene que ser de mucho más largo plazo".

FINANCIAMIENTO



HORMETAL

EMPRESA CONSTRUCTORA

OBRAS LLAVE EN MANO

- CENTROS LOGÍSTICOS
- OBRAS INDUSTRIALES
- HIPERMERCADOS
- CELDAS DE ACOPIO

Autopista Panamericana 2250 (Km. 41) Garín - Prov. de Buenos Aires / Tel. (+54 11) 5918-6800 / 03488-457788
<http://www.hormetal.com> - hormetal@hormetal.com

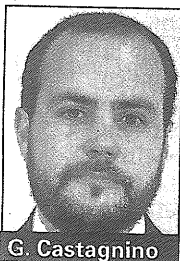
Nuevos Camiones Scania

EXCELENCIA EN CADA DETALLE

Los nuevos camiones Scania no solo son los más eficientes del mercado, sino también los más robustos, confortables y desde ahora, inteligentes, gracias al nuevo sistema de asistencia al conductor, Scania Driver Support. Un diseño innovador en perfecta armonía con un tren de fuerza excepcionalmente confiable.



Reclaman unificar normativas



G. Castagnino

"Desde las terminales automotrices tratamos de presionar en Argentina, en Brasil y en todo el Mercosur, para unificar reglamentos y normativas que permitirían simplificar la venta de los productos -advirtió Gustavo Castagnino, directivo de Mercedes-Benz-. De un lado y del otro nos encontra-

mos a veces con trabas que no tienen lógica, porque son mercados que están totalmente integrados, por lo que tratamos de tener una política de implementación productiva. Esto se ve claramente en las automotrices, donde apuntamos a avanzar en una integración total y eso implica facilitar con normativas que todo sea más fluido y previsible."

El directivo puntualizó que la intención es que esas normativas abarquen "desde disposiciones relacionadas con los choferes hasta calidad de combustibles; es un rango enorme de asuntos para tratar". Si bien confió en que "intenciones de avanzar con esto hay, tenemos que luchar contra burocracias y lobbies de ambos países. Nosotros participamos como empresa, a través de las cámaras y, si de algo uno no puede quejarse, es de que falte diálogo con los gobiernos; en general escuchan".

Castagnino reconoció que "no es fácil ponerse de acuerdo entre ambos países, sobre todo en tiempos de crisis, en que cada uno tiene que proteger lo suyo. Creo que 2010 puede ser bueno para avanzar en esos aspectos. Brasil en 2009 fue casi la salvación de la industria automotriz argentina, porque pasó a representar cerca del 90 % de las exportaciones; un comportamiento atípico, y eso hizo que pudiéramos seguir exportando y que la crisis acá no fuera tan importante. Eso hay que cuidarlo".

I VEHICULOS COMERCIALES I

Utilitarios nacionales en el Mundial 2010

Más de 500 Sprinter fabricadas en la Argentina fueron exportadas a Sudáfrica para transportar a los asistentes a los partidos de la copa

Además de la selección conducida por Diego Maradona y de los hinchas que viajarán para alentarla, en junio venidero las calles de las ciudades sudafricanas donde se juegue del próximo campeonato mundial de fútbol serán recorridas por otros representantes argentinos: los 514 utilitarios fabricados por Mercedes-Benz Argentina, para el traslado de las autoridades de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) y de simpatizantes que se desplacen entre las sedes del torneo.

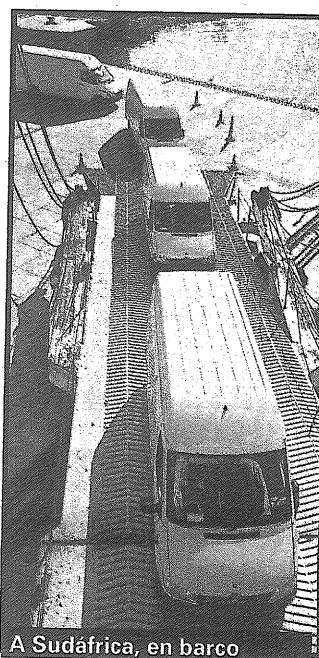
Tras haberse presentado a una licitación de la que participaron otros utilitarios similares, las Sprinter fabricadas en el Centro Juan Manuel Fangio de Virrey del Pino -en el sudoeste bonaerense- fueron elegidas por los organizadores de la convocatoria más importante del fútbol internacional para el transporte de personas.

Además de tener el volante a la derecha, herencia de la colonización británica en Sudáfrica, los vehículos "apuntan al confort, seguridad y diseño", dijo Gustavo Castagnino, gerente de Relaciones Institucionales de la empresa, quien agregó que "la optimización de la apariencia externa va acompañada por una configuración de los detalles del interior. La ergonomía y el confort del equipamiento son equiparables al de un auto".

El directivo local de la termi-

nal de origen alemán consideró que "la seguridad de la Sprinter garantiza un elevado nivel de protección activa y pasiva a sus ocupantes en numerosos supuestos de accidentes. La protección de los pasajeros a bordo, resulta de la interacción de los diferentes y numerosos componentes de seguridad en el habitáculo".

Castagnino indicó que las 514 unidades comprometidas han comenzado a ser enviadas en diciembre último hacia Ciudad del Cabo, Johannesburgo, Port Elizabeth, Durban, Nelspruit, Bloemfontein, Polokwane, Rustenburg y Pretoria, en una operatoria que conclui-



A Sudáfrica, en barco

EXPOTRADE

rá en abril. Preciso que "se produjeron 40 unidades en diciembre; 80, en enero; 186, en febrero, y se finaliza en marzo, con la fabricación de 208 Sprinter".

El Centro Industrial Juan Manuel Fangio comenzó a producir la Sprinter en la Argentina desde 1996 y a ofrecerla al mercado en más de 22 versiones, con precios de 30 a 58.000 dólares, exportándola a más de 50 países. En cuanto al caso específico de Sudáfrica, el vehículo comenzó a venderse en ese país en 2001, en su versión con volante frente a la butaca derecha. Además, con este pedido especial de más de 500 unidades, Mercedes-Benz Argentina superará las 12.000 unidades exportadas a ese destino.

En 2009 -un año de baja producción y venta de vehículos en el país-, se fabricaron unas 11.000 unidades de este utilitario, mientras que las previsiones hechas por la empresa para 2010 apuntaban a llegar a las 15.500, lo que implicará un crecimiento aproximado de 40%, impulsado en parte por la demanda local, pero fundamentalmente por la del mercado internacional.

Al respecto, desde la empresa apuntaron que las exportaciones de la Sprinter han significado 85% de la producción y que sólo el 15% restante ha quedado para su comercialización en el país, donde ha obtenido el 35% del mercado local de este segmento. Los principales destinos de las exportaciones de este vehículo han sido Sudamérica, Asia, Europa, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica.

Reducción Expotrade

El mundo del transporte, con el fútbol

El mundo del transporte tendrá otros representantes en el mundial ya que, además de Mercedes-Benz, la FIFA ha asociado a la copa a la coreana Hyundai y acordó el auspicio de Castrol y Continental, hasta el 2014, con lo que estas tres empresas serán parte de la organización del torneo, tanto en Sudáfrica como en la próxima edición en Brasil. Hyundai, que aportará los micros en los que se desplacen los seleccionados durante la competencia, inició su relación con la FIFA en 1999 y, desde entonces, estuvo presente en Corea/Japón 2002 y en Alemania 2006. La fábrica de neumáticos Con-

tinental ha apuntado con esta acción a reforzar el reconocimiento de la marca, especialmente en regiones donde la demanda del mercado ha comenzado a crecer.

Por su parte, la empresa de lubricantes Castrol ha generado una serie de estadísticas, con las que analizó el desempeño de los jugadores del fútbol europeo que colocó a Lionel Messi en primer lugar, seguido por Cristiano Ronaldo y Fernando Torres. En cuanto al equipo argentino, según ese ranking, tendría 7,5% de posibilidades de ganar el torneo, en el que Brasil sería favorito, con 23,6%.

El producto correcto, en el lugar indicado, en el momento preciso.



0800-999-7700 - www.oca.com.ar

EL PAIS TE QUEDA CERCA.



BREVES

UBA

Posgrado en Logística

El 19 de abril venidero comenzará el curso de posgrado en Logística y Solución de Casos 2010 de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires, cuyo objetivo será lograr la participación activa de los cursantes en la resolución de problemas logísticos a través de casos reales, planteados durante las 91 horas que durará. La metodología del estudio procurará entrenar en la resolución de problemas logísticos; desarrollar una visión integradora y global del proceso logístico; intensificar habilidades para la elaboración y ejecución de casos a través de diagnósticos correctos y planes de acción efectivos; promover las capacidades necesarias para trabajar en equipo mediante metodologías interactivas que faciliten la comunicación amena, clara, convincente y pluralista, y actualizar el conocimiento de herramientas logísticas complejas, así como de conceptos de técnicas de simulación y tecnologías más recientes. Los informes e inscripción se pueden realizar en el Departamento de Gestión Industrial de la Facultad de Ingeniería de la UBA.

CEVOL

Innovación y calidad

El Segundo Encuentro de Intercambio Profesional, Innovación, Sustentabilidad y Calidad en las Operaciones Logísticas, convocado por la Cámara Empresaria de Operadores Logísticos (Cevol) se realizará el 14 de abril venidero en el Salón Juan Pablo II de la Universidad Católica Argentina (UCA), en Puerto Madero. Dirigido a generadores de carga y operadores logísticos, el encuentro será abierto por Jorge López, presidente

de Cevol, y tendrá como oradores a Carlos Musante, Susana Rodríguez y Alberto Lurnagaray y a Eloisa García Moreno, directora ejecutiva de Lógica de España y Verónica Pascual Boé, directora general ASTI.S.A.U. Burgos (España).

FPT

Premio a la mejor idea

La Fundación Profesional para el Transporte (FPT) convocó a la presentación de trabajos que contengan diagnósticos, propuestas y desarrollos tendientes a transformar el desempeño del transporte y la logística con vistas a perfeccionar el abastecimiento de los centros urbanos; propender al desarrollo integrado del país, mejorar la calidad de vida de sus habitantes, facilitar el intercambio regional y promover la competitividad internacional de la producción argentina. La presentación de trabajos, que competirán por el Premio Bicentenario de la FPT, Logística y Transporte en la Argentina, comenzará el 25 de mayo y finalizará el 9 de julio de 2010, y los resultados se darán a conocer a partir del 20 de noviembre.

PIRELLI

Lanzamientos para el agro

Pirelli Argentina lanzó dos nuevos neumáticos destinados al segmento agrícola. Se trata del TM85 para ejes libres de máquinas agrícolas, implementos de trasbordo y rollos compactadores; y de la línea Earth para tractores con alta potencia, cosechadoras y pulverizadores. Según la empresa, el agro latinoamericano representa uno de los mercados con más posibilidad de crecimiento en el mundo, con previsión de aumento total de la demanda, en el periodo del 2010-2013, de un 20%.

ESPACIO URBANO I

Las calles, lugares de encuentro

El Instituto para la Ciudad en Movimiento, una organización no gubernamental francesa, propone repensar la movilidad en las ciudades

Por Andrés Asato

PARA LA NACION

Pensar las calles del bicentenario en el siglo XXI en América latina es un gran desafío para los especialistas. Un conglomerado de 570 millones de habitantes, de los cuales casi un 80% vive en centros urbanos abre un gran interrogante, no exento de complejidades y grandes contradicciones. El Instituto para la Ciudad en Movimiento (ICM), una organización creada en Francia en 2000, nació con el objetivo de mejorar la movilidad urbana promoviendo un enfoque distinto al de los técnicos encargados de planificar el tránsito en las ciudades. Así lo señaló Mireille Apel-Muller, delegada general del ICM, en su visita a Buenos Aires.

Andrés Borthagaray, director de proyectos para América latina de la ONG, sostiene: "Se han revalorizado la visión de conjunto y los cambios a más largo plazo. En París, por ejemplo, hay un sistema de representación que nosotros no tenemos, una agencia de transporte público que es responsable del conjunto por la cual la coordinación tiene un paso menos. Hay que pensar un sistema donde puedan coexistir los distintos tipos de circulación, que no traten de negarse unos a otros y donde la calidad de las combinaciones de un medio a otro pueda ser favorecida".

Hacer la ciudad más legible es un desafío, según apunta Borthagaray. Las nuevas tecnologías aplicadas a la movilidad en el crecimiento urbano pueden tener un impacto significativo. El caso del Transmilenio en Bogotá con su sistema de señalización avanzado es un ejemplo. Pero aplicarlo en ciudades donde no hay redes de transporte público

integradas es más difícil. "En Buenos Aires en el subte hay algún tipo de información, en los lugares estáticos también y en el colectivo uno cuenta con la solidaridad del chofer -señala el especialista-. Pero hay que modernizar este tipo de comunicación aprovechando la telefonía celular, combinar todas estas posibilidades de información circulante para que finalmente le llegue al que se desplaza".

Para todos

Marcos Rodrigues, profesor del departamento de transporte de la Universidad de San Pablo -citado en el libro *¡Ganar la calle!*, presentado por el ICM en el Malba- sostiene que al considerar los viajes urbanos hay que distinguir una clase que no aparece en los estudios sobre transporte. Son los viajes "innecesarios", aquellos que podrían ser evitados mediante procesos inteligentes y flujos de información alternativos. Es el caso de las personas que atraviesan la ciudad para realizar un pago,

retirar un examen médico o para efectuar una compra que podría ser hecha por Internet. Un único viaje eficiente de un sistema de distribución sustituye un montón de costosos e ineficientes viajes personales, y contribuye a evitar congestionamientos.

"La ideología del ICM es defender este derecho a la movilidad, y pensar e investigar todos los modos que se necesitan para desarrollarla", agrega Mireille Apel-Muller. "Hay experiencias innovadoras como el de Curitiba; integradoras como el de la implementación del boleto único en San Pablo o con un concepto de equidad social que conecta zonas bajas y altas en Medellín, a través del teleférico. La tendencia de las grandes metrópolis es a reorganizarse con espacios verdes o por vía pacificada, hay experiencias con zonas de velocidad máxima (a 30 km/h), sin semáforos, y donde se trata de apelar a la responsabilidad social de cada uno. Compartir sin dividir, son palabras claves asociadas al compromiso, la cohabitación, la pacificación, en los espacios en movimiento que pueden llegar a simbolizar un cambio en el concepto del espacio urbano".



Mireille Apel-Muller y Andrés Borthagaray, de ICM

LA NACION

Transporte & Logística

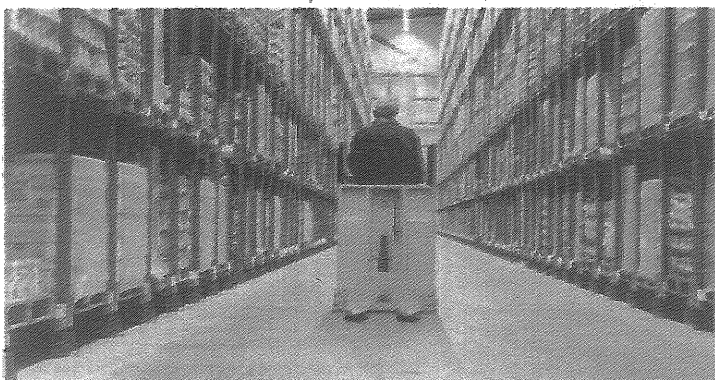
ALMACENAJE | DISTRIBUCION | ABASTECIMIENTO

PUBLIQUE SU AVISO

(011) 4779-5300 tyl@expotrade.com.ar

NUESTRA MISION:
SU EXITO

WWW.DHL.COM.AR



| HISTORIA |

La mítica fábrica Teubal

De cómo cuatro hermanos inmigrantes crearon un modelo de industria textil competitiva

Por Susana Boragno

Para LA NACION

El caso de firma Teubal es un ejemplo del desarrollo textil de otro tiempo. Los Teubal eran originarios de pueblo de Aleppo, Siria, situado en un clásico cruce de rutas, pasaje necesario entre Europa y Oriente. Traían en la sangre el arte de comerciar. Sus abuelos ya lo hacían con las tribus nómades que una vez por año llegaban en demanda de ropa tejida a cambio de trigo, avena y quesos. Los negocios fueron declinando, comenzó a empeorar la pobreza y era necesario mirar hacia América.

El primero que llega es Ezra, el hermano mayor, el de las ideas, luego se sumará Nissim (1906) que mediante sus relatos escritos, permite reconstruir todo el proceso del gran crecimiento que tuvo la empresa. Su primer trabajo fue de vendedor ambulante. Ezra era el mayor al que todos le tenían un total acatamiento; él y sus tres hermanos (Nissim, Miguel y Elías) fundaron Ezra Teubal & Hnos. Nissim era el encargado de ir a Manchester, emporio textil de Inglaterra, que imponía sus telas en el mercado mundial.

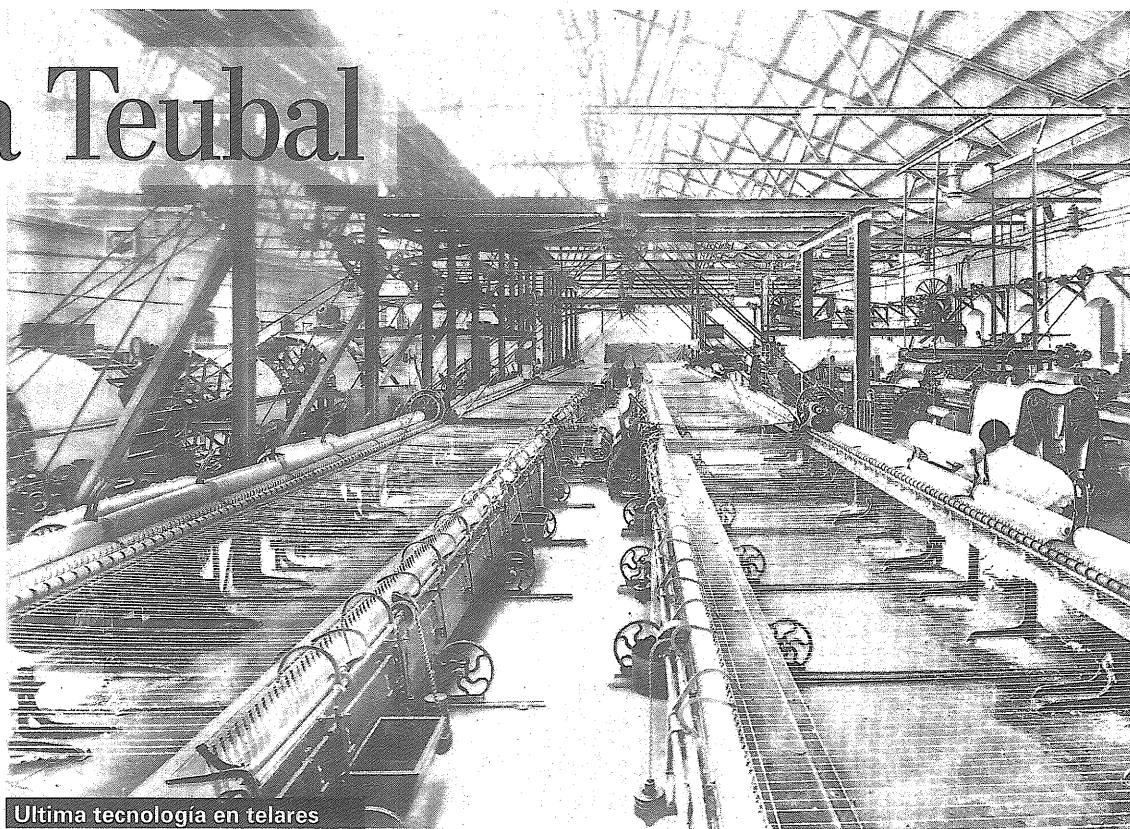
Luego vino un paso importante: tener la industria propia. Dijo Nissim: "mi hermano Ezra tenía la facultad de ver el presente e intuir el futuro" y a pesar de no estar de acuerdo el resto de los hermanos se adquirió en 1922 la fábrica de tejidos La Franco Argentina, que por su estado y situación se compró a sólo el 40% del valor. En 1928, la planta se trasladó a Versailles.

Barracas era por entonces un semillero interminable de conflictos



M. Gazarian, ante su máquina

FOTOS DE GENTILEZA



Ultima tecnología en telares

obreros, además faltaba agua y era necesario comprarla a un precio alto. Esta decisión fue la piedra fundamental para la gran empresa. Un buen técnico es la llave de una buena industria textil y los Teubal lo tenían claro. Contrataron en Inglaterra a Wolston-Holme, un especialista en artículos de tweed, que entre 1930 y 1935 estuvo de moda.

La principal materia prima era la lana, lo que llevó a los hermanos a viajar por la Patagonia. Compraban lotes de lana previamente seleccionados en las mismas estancias. Por entonces eso era una aventura: desperfectos del coche, falta de nafta y albergues en alguna pulpería, comiendo algún charque no muy sano. La lana era transportada en camiones hasta la fábrica, donde los obreros la clasificaban según su calidad vellón por vellón, mecha por mecha. De ahí a la máquina abrido-

ra, luego el lavado intenso que dejaba un subproducto: la lanolina, base de las cremas terapéuticas. Seguía el cardado, hilado, torsión y luego las máquinas urdidoras. El proceso seguía en los rollos de los telares, lanzaderas que van y vienen y luego, el género crudo, máquinas pinzadoras, zurcidoras, etc., y, al final, las piezas listas para la venta.

En 1936 adquirió en Europa una fábrica íntegra y muy moderna que le permitió aumentar considerablemente la producción. Al año siguiente, la firma se constituyó como sociedad anónima con sede en Alsina 786. En 1943 se compró una manzana muy próxima y tres años después se edificó la nueva planta. Se compraron telares automáticos ultramodernos en Estados Unidos. La empresa estaba preparada para fabricar entre otras, telas de vicuña y alpaca y un surtido interesante de

telas para trajes de señora. Famoso era el topé de Teubal, la tela piel de camello, los tweed. En 1938 se hicieron cargo de la algodonera de Villa Devoto. La Segunda Guerra Mundial favoreció la demanda del hilado de algodón y la empresa comenzó a reponerse rápidamente trabajando a máxima capacidad. Paralelamente, Ezra y Elías decidieron adquirir la hilandería Manulana que contó con el apoyo financiero y técnico de la firma pero sin su participación directa, todos los hermanos no estaban de acuerdo en ampliar las actividades comerciales. La expansión continuó con la participación en la firma italiana especializada en teñidos industriales Tibat y en la FIRA, una sociedad de inversiones.

Los Teubal tenían sentido de comunidad. "Nuestras fábricas dieron ocupación y enseñanza a miles de trabajadores argentinos (...). Nues-

tra producción entrega productos totalmente nacionales (...). Nuestros obreros y empleados son nuestros compañeros", dejó escrito Nissim. David Alacid, que trabajó 36 años en la firma, lo testimonió: "Pagaban las quincenas, hasta en tiempos difíciles (...). Yo atendía hasta seis máquinas a la vez, siempre renovaban los telares". María Luisa Gazarian recuerda a Ezra. "Era muy bueno lo mismo que Nissim; daban trabajo a mucha gente, no eran orgullosos".

Los vaivenes económicos apresuraron el final, cuando ya no estaban para enfrentar los problemas los tesoreros hermanos. A finales de los ochenta la piqueta fue derribando el emporio textil de quienes no tenían nada y conquistaron todo.

La autora es historiadora, especializada en medios de transporte. E-mail: susanaboragno@fibertel.com.ar



VM ECO EXPERIENCE

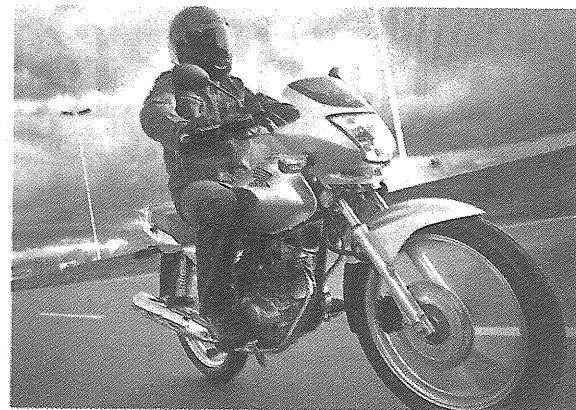
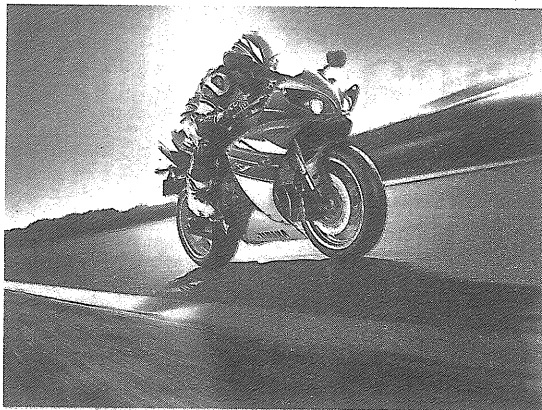
La nueva serie limitada, con la cual Volvo celebra toda su experiencia en materia de economía de combustible y bajas emisiones de CO₂. Con el VM Eco Experience, ganan usted y el medio ambiente.

VOLVO TRUCKS. DRIVING PROGRESS

www.volvo.com.ar



| MOTOCICLETAS |



Esperan un fuerte repunte de las ventas

Estiman que podrían llegar a 500.000 unidades; modelos de bajos precios y cilindrada, los preferidos

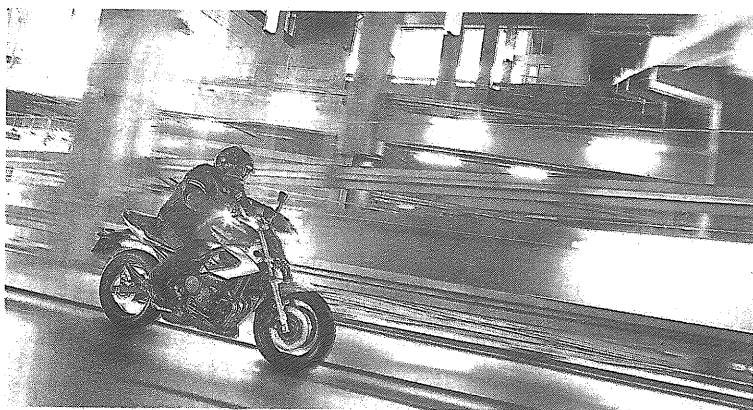
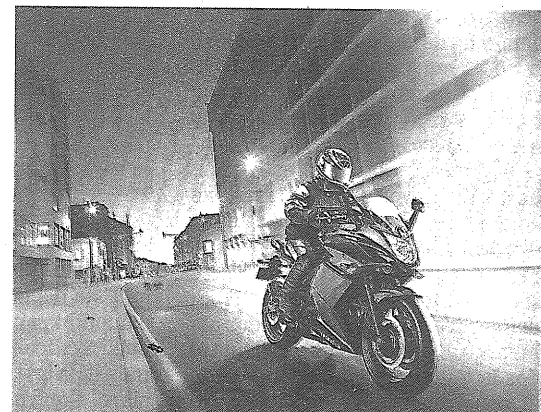
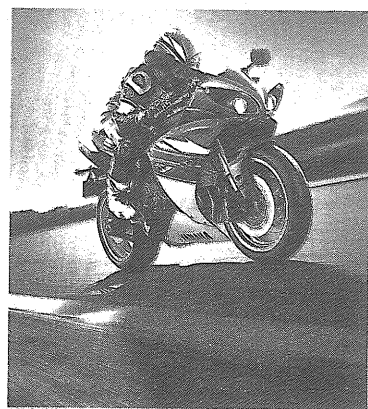
Por Graciela Cañete

Para LA NACION

Es uno de los sectores que más rápido crecieron hasta 2009 y ahora busca superar la crisis global. Las ventas de motos se dispararon a partir de 2004, pasando de menos de 100.000 unidades a las más de 740.000 en 2008. La expansión estuvo asociada a la mejora de la capacidad adquisitiva, y al crédito: casi un 70% de las compras se hicieron con financiamiento.

“El sector creció porque el público comparaba el costo del transporte público, que aumentó sobre todo en el interior del país, con los precios de las motos, su bajo costo de mantenimiento y el escaso consumo de combustible, un litro y medio cada 100 kilómetros. A eso se agregó el financiamiento”, explicó Cecilia Fraire, directora comercial de Zanella. La incertidumbre ante la crisis, la contracción del crédito y la suba de las tasas de interés llevaron a una caída de más del 40% en las ventas del sector el año pasado.

La mayor demanda se encuentra en las provincias del centro y norte del país, y el segmento más dinámico es el de las motos de menos de 125 centímetros cúbicos, que representa un 75% de la industria. “El mercado se concentra en motos de menor precio y cilindrada, se utilizan como medio de transporte, y como herramienta de trabajo, para delivery o mensajería.



Los precios no aumentaron en forma significativa, a diferencia de los autos que tuvieron un incremento mayor”, señaló Mariano Lamothe, economista de la consultora Abeceb.com

En el caso de Zanella, los modelos más vendidos son los de 110 y 125 centímetros cúbicos. La empresa fabrica motos, ciclomotores, cuatriciclos, entre otros productos, en las plantas de Córdoba, San Luis y Buenos Aires. “Ampliamos la oferta, y tenemos unos 150

proveedores locales de componentes; también en la empresa se producen piezas, entre ellas motores y chasis”, indicó Fraire. La compañía exporta a Chile, Perú, Uruguay, Estados Unidos y Alemania. “En el país cerraron muchas fábricas y con ellas se perdió un importante *know how*, además de personal capacitado. En los últimos años, las empresas con trayectoria fueron ganando mercado, el público elige a quienes les aseguren servicios

de posventa y la provisión de repuestos”, explicó Fraire.

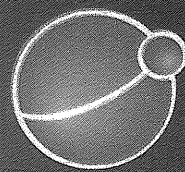
En los lanzamientos de Zanella para este año se incluye un modelo diseñado especialmente para mujeres: “El 40% de los compradores de motos en el interior del país son mujeres. Allí es habitual el uso, lo que no sucede en la Capital”, afirmó la directora comercial. La producción local, incluyendo el ensamblado de piezas, representa cerca del 40% de la industria, el resto son modelos importados. China es el principal origen, con un 90% del total, también ingresan de Brasil, Japón, India y Corea. En diciembre de 2008, la ley 26.457 otorgó incentivos a la producción local promoviendo la mayor participación de piezas nacionales en el producto terminado.

Gustavo Ogura, gerente de la división Motocicletas de Honda, explicó que “en la Argentina la empresa evaluó la creciente demanda y decidió fabricar aquí. En agosto de 2006 comenzó la producción en la planta de Florencio Varela, Buenos Aires, se proyectaba ensamblar unas 15.000 unidades, pero en un año la producción se triplicó”.

Si bien el segmento de mayor venta es el de baja cilindrada, está creciendo el de más de 125 centímetros cúbicos, indicó Ogura, que a la vez es presidente de la Cámara de Importadores, Fabricantes y Exportadores de Motovehículos de la Argentina (Cifema). El directivo sostuvo que “en el país la demanda potencial es de 1.000.000 de unidades. Pero la comercialización depende del financiamiento”.

En el caso de Yamaha, el ensamblado de motos se realiza en la planta de Ituzaingó, Buenos Aires. “Las piezas son de Argentina, Japón, Brasil y China, el ensamblado creció desde mayo de 2008 y llevó a ampliar la línea de producción”, explicó Matías Funes, jefe de Marketing de Yamaha. Los modelos más vendidos son los de 110 y 125 cc, y Funes señaló que en el interior, la moto se usa como medio de transporte; en tanto en Capital y Gran Buenos Aires se destinan para trabajo.

Para Maximiliano Scarlan, economista de Abeceb.com, “este año las ventas superarán las 500.000 unidades y también crecerán las importaciones”.



EXPO COMEX

Business beyond borders

4 al 6 de Mayo 2010

LA RURAL

Predio Ferial de Buenos Aires

La Semana del Comercio Exterior en Argentina

7ma. Exposición Internacional de Productos y Servicios para el Comercio Exterior y la Logística Internacional

SPONSORS



EN PARALELO



COMMUNITY LINK



PATROCINAN



ORGANIZA

