

Grupo OSTAPOVICH

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

| MERCEDES BENZ |

La estrella cumple cien años

El emblema que caracteriza a Mercedes-Benz fue cambiando con el paso del tiempo, aunque su estrella de tres puntas siempre simbolizó la capacidad de sus motores para propulsar a vehículos por tierra, mar y aire.

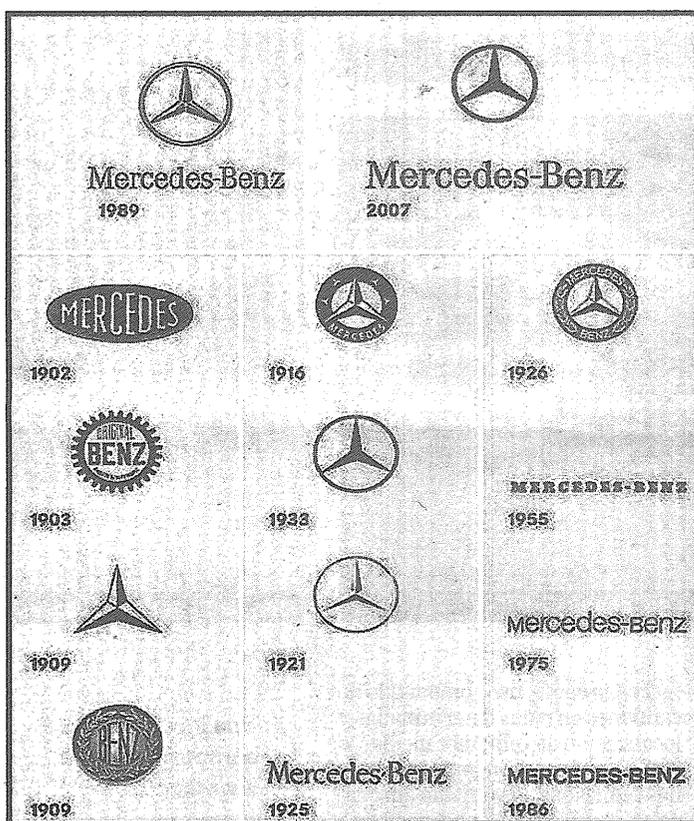
En 1909 Daimler y Benz, dos compañías independientes -fundadas por Gottlieb Daimler y Karl Benz, respectivamente- registraron en paralelo los emblemas con los que serían reconocidas: Daimler, la estrella de tres puntas y Benz, la corona de laureles. La historia los llevó a una asociación. Este año se celebra el centenario del momento en que cada una dio origen a su propio logo de manera separada.

La estrella de Mercedes-Benz nació de la mano de Gottlieb Daimler, cuando entre 1872 y 1881 se desempeñaba como director técnico de la fábrica Deutz. Aunque en 1902 DMG (Daimler-Motoren-Gesellschaft) ya contaba con el nombre "Mercedes", la marca necesitaba un emblema que le brindara personalidad.

Los hijos de Daimler aportaron la imagen del pasado de su padre. Fue así como en junio de 1909 la compañía registró una estrella de tres puntas que pasó a formar parte de los radiadores de los vehículos Mercedes de la época.

La estrella fue mutando con el paso del tiempo. En 1916 apareció dentro de un círculo en el que además se apreciaban cuatro pequeñas estrellas y la palabra Mercedes. En 1921, DMG patentó una estrella tridimensional de tres puntas encerrada en un anillo, cuyo registro como emblema comercial tuvo lugar en 1923.

En junio de 1926 se fusionaron DMG y Benz & Cie en la firma Daimler-Benz AG. La estrella continuó como protagonista, ahora rodeada por el nuevo



nombre: Mercedes-Benz. También estaba protegida por los característicos laureles. Con los años la estrella tuvo cambios hasta que en 1989 adoptó su fisonomía más reconocida.

La estrella se convirtió en uno de los símbolos más famosos, siendo una de las marcas más reconocidas en el mundo.

Hoy se utiliza un nuevo diseño en línea con su evolución histórica. La estrella mutó de una estrella de volumen a una más sintética, de

diseño plano. Para esta nueva imagen se definió también un principio guía: "La estrella siempre brilla desde arriba".

Además, como parte de las celebraciones del centenario de su reconocida estrella, Mercedes-Benz ha realizado un modelo aniversario del CL Coupé, con exclusivos detalles que lleva encastrados en su interior los dos logos originales de Daimler y Benz.

Redacción Expotrade

| LANZAMIENTO |

Mayor servicio y ahorro en neumáticos para el transporte

Optimizando recursos y oferta, Bridgestone de Argentina se ha lanzado a brindar mayores servicios y nuevos productos, como la adquisición de la reencachadora Bandag, con lo que la fábrica de neumáticos ingresará en el segmento de reconstrucción.

Con la oferta de nuevos productos, un mayor caudal de recursos humanos y un programa de beneficios, Bridgestone ha fijado su estrategia para mantener su relación con los transportistas y responder a sus requerimientos, de acuerdo con los cambios producidos en el mercado.

Matías Borges, director comercial de la empresa, explicó que este año inició la inclusión de talleres Bandag en la Argentina. "De esta manera estamos ofreciendo soluciones a los transportistas de todo el país tanto en neumáticos nuevos como de renecauche."

Por otra parte, Borges recordó que en la Argentina la empresa fabrica productos para todas las unidades de negocios que se complementan con las plantas del exterior: "Las cubiertas radiales vienen de afuera; para camión convencional se fabrican en el país", dijo.

Indicó que la empresa ha lanzado "un programa de fidelización denominado Bridgestone Truck Team para premiar a los transportistas, dándoles varios beneficios por trabajar con nosotros y brindándole en forma gratuita el servicio para que puedan mejorar su performance en el uso de los neumáticos y, como consecuencia de eso, el costo de operación".

Agregó que "además, hay beneficios para los choferes, como por

ejemplo lugares donde pueden consumir. Y hay un beneficio principal para ellos que es el de emergencia en ruta, al que acceden siendo parte de este programa: cuando a un vehículo que está fuera de la base le ocurre algo con los neumáticos, presentando su tarjeta, el chofer tiene la posibilidad de adquirir dos neumáticos sin desembolsar dinero en ese momento. Eso responde a una necesidad muy importante de la flota, más allá de los premios y descuentos".

Sostuvo que la compañía está muy acostumbrada a pasar por



Soluciones en neumáticos

crisis o auge. "Y este nuevo escenario nos revitalizó y empujó a lanzar cosas que, en las épocas de auge o las de escasez de ciertos productos, no nos permitía hacerlo" explicó el ejecutivo.

"Este panorama -añadió-, primero empujado por el conflicto del campo y después por la crisis mundial, hizo caer la industria del caucho, pero nuestras ventas cayeron bastante menos. El nuevo panorama nos permitió aprovechar algunas cosas y nos pudimos adaptar rápido a este nuevo escenario."

Redacción Expotrade

Trazabilidad en toda la cadena

320.000 m² en Parques Logísticos

Desarrollo tecnológico de avanzada

www.exologistica.com

EL OPERADOR REFERENTE EN SOLUCIONES LOGÍSTICAS INNOVADORAS

www.exologistica.com 761 4330-2246 / 26