

Fuerte crecimiento de las ventas

Continuación de la Pág. 1, Col. 5

Las cifras sirven para justificar semejante definición. Después de que en los años 90 el número de unidades de todas las clases vendidas llegara a casi 2400 promedio, la crisis posterior golpeó con tal fuerza en este rubro que en 2002 esa cantidad disminuyó dramáticamente hasta alcanzar la cifra de apenas 244, según recuerda Federico Pruden, de A.G. Pruden & Cía. SA.

A partir de ese momento se revirtió la situación de modo igualmente drástico: en 2003 se contabilizaron 775 unidades vendidas, al año siguiente unas 1800, en 2005 se llegó a 2860 y, si las ventas mantienen el ritmo evidenciado en el primer semestre, este año se rondarían los 3900 autoelevadores colocados en la plaza local.

Cuando se consulta acerca de las posibles perspectivas inmediatas, las respuestas también mueven al optimismo.

José Carbone, de Carbone Autoelevadores SA, está convencido de que "en cuanto la economía siga creciendo, este auge va a seguir igual camino que hasta ahora". Su empresa tiene la representación exclusiva de los equipos Tallift en el país, y con la actual bonanza llegó



Actores indiscutidos de la importación y exportación

en 2005 a ubicarse en el tercer puesto en ventas de máquinas a combustión en la Argentina.

Evolución notable

Para Pruden, las posibilidades son similares, en tanto Fernando Marasco, jefe comercial de Toyota Argentina SA en este rubro, destaca "la evolución constante en los últimos cuatro años", a la que califica de notable, y prevé para 2007 "un crecimiento levemente superior".

El criterio es, entonces, que este despegue es consecuencia directa de que la Argentina había quedado

muy rezagada en cuanto a la utilización de esta herramienta, y que a ese intento de recuperar el terreno perdido se agregaron factores tales como el crecimiento de la economía en su conjunto y la modernización encarrada por la mayor parte de las industrias locales.

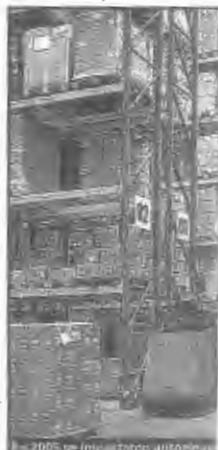
Al cuantificar en dinero la afirmación anterior, Henry Whitney, especialista en marketing relacionado con Industrias Darc (que representa en el país a la marca Clark), detalla que el valor FOB—el valor de la mercadería puesta a bordo del medio de transporte—de las importaciones de

autoelevadores en la primera mitad de este año superó los US\$ 41,5 millones, cuando en todo 2005 la cifra llegó a US\$ 51 millones.

Porzoamente la revisión lleva a comparar el estado y perspectivas argentinas con lo que ocurre más allá de las fronteras, sobre todo en la región. Las respuestas señalan sin duda a Brasil como líder en el ámbito sudamericano, aunque Whitney indica que "México, por estar en el Nafta (en inglés, Acuerdo de Libre Comercio de América del Norte) y ser vecino de los Estados Unidos, es el mayor mercado de autoelevadores de América latina".

También hay coincidencia en que, si bien Brasil encabeza cómodamente el ranking en la zona sur del continente, la velocidad de crecimiento en la Argentina es mucho mayor. Marasco va aún más allá cuando afirma que la plaza brasileña "no sólo no ha crecido como la nuestra, sino que se ha estancado".

En la proyección para fines de año realizada por Pruden, las 3900 unidades vendidas en la Argentina deben ser comparadas con 7300 en Brasil, algo menos de 2800 en Chile, 2180 en Venezuela y 1460 en Colombia, para mencionar a los países que se alinean en los primeros puestos de América del Sur.



En 2005 se importaron 4100 unidades

Obviamente, la confrontación de datos con el mundo desarrollado deja en claro diferencias por ahora insalvables. Si se contabiliza la cantidad de autoelevadores por cada 100 habitantes, la Argentina exhibe un índice de 0,03, idéntico al del Brasil e inferior al de Chile, que encabeza esta tabla en la

100% Logística.

Compruébalo.



Unidad de Servicios Logísticos

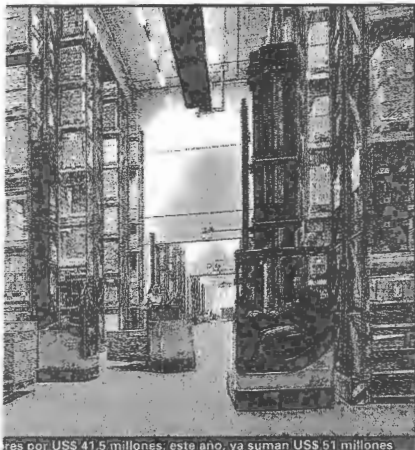
CONOCEMOS EL PAÍS COMO NADIE
Y SABEMOS COMO ADMINISTRAR
SU STOCK. PREPARAR SUS PEDIDOS
Y HACER QUE SU MERCADERÍA LLEGUE
ADONDE TENGA QUE LLEGAR
Y DE LA MEJOR MANERA.

- ADMINISTRACIÓN DE STOCK
- TECNOLOGÍA DE WAREHOUSING
- ASISTENCIA PERSONAL DE CARGA Y DESPACHO A TODO EL PAÍS
- PEDIDOS 24 HORAS (24/7) (011 4300 4110)

- SISTEMA TRACK & TRACE
- JORNAL DE CONTROL Y ASISTENCIA DE AL CLIENTE
- OPERADOR LOGÍSTICO DE MEDICAMENTOS (IDAP/ICOP-ANMAT 1613/04)



teléfono 011 4300 4110 o correo@usl.com.ar
info@usl.com.ar | www.usl.com.ar



FOTOS: GENTILEZA AG INDUSTRIAL

en torno del 10 %, ocupan los puestos inmediatamente siguientes.

El cuarto competidor es Heli, de origen chino, que en los últimos dos años ha sido el de mayor crecimiento relativo, con un 260 %. Ese importante avance le permitió igualar la línea de Yale -ambos tienen el 9%-. Tallift llega al 7% y Clark, acaso la marca más común y conocida por haber tenido tiempo atrás una fábrica en nuestro país, se queda con el 5% de la venta de unidades nuevas.

Buena imagen y bajo precio

Para los conocedores, Toyota tiene la principal fortaleza en la buena imagen de sus vehículos, sobre todo las camionetas, Heli y Tallift basan su estrategia en el bajo precio de sus unidades, en tanto Clark y Linde tienen fama de robustez.

Los entendidos creen que de mantenerse el nivel de crecimiento habrá llegado el momento de que se fabriquen autoelevadores en la Argentina. De hecho, altos funcionarios de Clark -que actualmente tiene una planta en el Brasil- recorrieron media docena de países latinoamericanos, entre ellos el nuestro, a fin de reunir información para determinar en cuál de todos continuará su plan de expansión global.

En resumen: si el presente aparece bueno, las perspectivas no le van en zaga, con la condición de que el contexto de la economía mantenga su rumbo ascendente.

Redacción Explotrade

gión con 0,07, pero todos están y lejos de Alemania, primero el mundo, con 0,64.

n la Argentina, Japón

La composición del mercado argentino presenta a Toyota como el líder, con una participación que s cifras independientes y la propia

empresas estiman en el orden del 30%.

La marca japonesa tiene previsto efectuar un lanzamiento de la nueva Serie 8 de sus equipos para los próximos meses, y acaba de inaugurar un nuevo depósito para repuestos y servicios.

Entre los más vendidos, Caterpillar, con el 14 %, y Linde, que se ubica



Las ventas de hoy superaron a las más altas del '90

Una tendencia atada al PBI

Si bien es ntida la sensación positiva entre los operadores consultados, también lo es que a su juicio, para mantener el ritmo de desenvolvimiento que el mercado de autoelevadores ha adquirido en los últimos años, se requiere que la economía en cuanto tal exhibe tasas de crecimiento de al menos entre el 7 y el 8 % anual, como expresa José Carbone al brindar su parecer sobre el futuro inmediato.

Esta necesidad obedece -según explica- a que el principal componente del excelente desempeño logrado por el sector a partir de 2002 ha sido la recuperación del terreno que hizo perder el colapso generalizado de aquel momento.

Como los niveles de ventas de hoy ya su-

peraron los de los mejores años de la década anterior, en adelante las mejoras dependerán de crecimientos netos que, a su vez, derivarán del contexto económico general: inversiones en modernización tecnológica, ampliaciones en función de las mayores demandas y participación eventual de nuevos actores, sobre todo si, como algunos creen, el volumen del mercado hace aconsejable a las empresas instalarse en el país.

Mientras tanto, Whitney aporta un dato estadístico interesante: si se exceptúa a México, Brasil y Chile, todos los restantes países de América latina sumados no llegan a importar anualmente los equipos que ingresa la Argentina.

LARGO PLAZO



Sprinter. La mejor opción para tu negocio.



Mercedes-Benz