



FOTOS: DIGITALIZA AS PUBLICAR

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 Exportada

res por US\$ 41,5 millones; este año, ya suman US\$ 61 millones

ción 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