



El gerente de Marketing y Ventas de Goodyear anticipó los lanzamientos para 2016; mejor rendimiento por kilómetro y tecnología de datos, las novedades

# Agustín Lutterbach.

## “Al invertir en neumáticos se ahorran miles de pesos”

Texto **Alejo González Prandi** Redacción Expotrade

**A**gustín Lutterbach, gerente de Marketing y Ventas de Goodyear Argentina, señaló que el futuro del mercado del autotransporte en el país, “se ve bien, más allá de algunas turbulencias, como sucede en cualquier industria. Con “un buen horizonte” para la actividad, dijo que la compañía tiene el propósito de “desarrollar soluciones para estar a la altura de las exigencias de los transportistas”. En 2015, la firma celebra 100 años de operaciones en el país y, en este contexto, sus principales objetivos son ampliar la cobertura en zonas de alto potencial para la marca, renovar puntos de ventas y enfocarse en la oferta para autos y camionetas. Para 2016, está previsto el lanzamiento una serie de neumáticos para camiones y más inversiones en tecnología.

### ¿Cómo fue el desarrollo de la compañía durante este año?

—Cumplimos parte de nuestras estrategias. Habíamos apostado a tres pilares: ampliar la estrategia de cobertura en zonas de alto potencial para la marca, la renovación de los puntos de ventas y (reparar en las) ofertas para autos y camionetas. Ya inauguramos la

mayoría de los locales para este año. Por otra parte, estamos reconvirtiendo otros puntos de la red hacia el nuevo formato. La idea es completar esa fase en 2016.

### ¿Qué planes hay para el próximo año?

—Además de seguir con el proyecto de ampliación en localidades claves, vamos a lanzar una serie de neumáticos para camiones que suceden a la serie 600, que fue lanzada entre 2006 y 2007. Lo primero que se va a renovar es el neumático KMax, que busca un mayor rendimiento kilométrico. Eso será para el primer trimestre. Después se irán lanzando los productos de la familia de larga distancia, de servicios urbano y mixto. La idea es destacar las cualidades de los nuevos productos en las principales localidades y plazas camioneras del país.

### ¿Y en tecnología?

—También apostamos a ese tipo de innovación con servicios adicionales de la familia Control Max para la colocación de RFID en neumáticos para el transporte de cargas. Lo más importante de este cambio es que las herramientas para la recolección de datos son más eficientes. El sistema se adaptó para que sea más amigable con los celulares inteligentes.

### ¿Los transportistas acompañan esa evolución?

—Sí, lo hacen. Antes había que tomarse el tiempo para explicar cada avance en el rubro tecnológico. Pero hoy sucede que nos piden nuevas propuestas. Estamos experimentando ese cambio. Inclusive, ha mejorado mucho el interés por el neumático. Al haber mayor información, crece la exigencia para nosotros. Es algo positivo. Buscar eficiencia en los costos está fuera de discusión en cualquier industria. El neumático, al ser uno de los principales gastos para el sector, fue evolucionando y, como compañía, tenemos que acompañar ese crecimiento y los pedidos que nos plantean.

### ¿En qué se beneficia una empresa al invertir en ese tipo de neumáticos?

—En bajar el costo por kilómetro. Al disminuir el costo por operaciones, se intenta que el neumático sea utilizado en su máxima capacidad, inclusive en las sucesivas reconstrucciones. Con buenas prácticas y controles, las empresas pueden ahorrar miles de pesos. Si queremos estar en el mercado, también debemos aportar soluciones en ese aspecto.

### ¿Tienen otras iniciativas en carpeta?

—Desde el año pasado estamos trabajando en

un dispositivo que, mediante la señal de GPS satelital, analiza el manejo de un camión. Por ejemplo, puede contabilizar los arranques, frenadas, puestas en marcha y apagados del vehículo. De esta manera, mide el grado de severidad al que está sometida el neumático. Con esa información, en Goodyear podemos recomendar cuál es el mejor producto de nuestra marca que se adapta a las necesidades de manejo o de operación. El otro eje en el que estamos trabajando es en el ahorro del combustible, mediante una tecnología adecuada para auto, camioneta y camión.

### ¿Dónde se desarrollan estos proyectos?

—Contamos con dos centros de desarrollo mundial. Uno en Luxemburgo y otro en Akron, Estados Unidos. Una vez que un producto se realiza, se debe aprobar en las carreteras. Luego se hace una serie de pruebas para saber que esté a la altura de las expectativas del mercado local. Los neumáticos que vamos a lanzar están siendo probados hace dos años en las rutas argentinas, como también en Brasil, Chile y Perú. Principalmente se examinan los neumáticos orientados para largas distancias, ya que las planicies locales son un factor diferencial con respecto a las de otros países. ●

**CONSULOGISTIC INTL.**  
GESTIÓN ADUANERA PARA LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Tel: (54+11) 5272-4449 | info@consulogistic.com.ar

**T | TRANSPORTE & LOGÍSTICA**

ALMACENAJE, DISTRIBUCIÓN Y ABASTECIMIENTO

**¡PUBLIQUE EN EL ÚLTIMO NÚMERO DEL AÑO!**

[ Fecha cierre: 21/12 - Publica: 29/12 ]

**(011) 4779-5300**

**FESTEJOS**

“Hicimos diferentes actividades. Comenzamos con un calendario alusivo al aniversario, y en junio, estuvimos en el Salón del Automóvil. Exhibimos tres prototipos de neumáticos inteligentes muy premiados en el Salón de Ginebra. Mantuvimos encuentros con distribuidores y participamos de eventos especiales”.

**70 años**

SUMANDO VALOR AL PAIS.

**ANDREANI**

www.andreani.com