

Transporte & Logística

Esta sección es una producción de LANACION Y EXPOTRADE | www.lanacion.com.ar/comercio-exterior

El director comercial de Pirelli Industrial destacó los principales objetivos de la compañía para crecer en el mercado nacional, con productos destinados de forma exclusiva al transporte de cargas, urbano y agro

Fernando Vidal. "Hay una necesidad de bajar los costos"

Texto **Alejo González Prandi** / Redacción Expotrade



EXPOTRADE

Nos levantamos pensando en neumáticos de camiones y nos acostamos pensando en eso. Somos la única compañía dedicada cien por cien al negocio industrial". Con esa afirmación, Fernando Vidal, director comercial de Pirelli Industrial, señala los desafíos y proyectos que tiene la compañía para la mejora de herramientas y servicios, con el fin de aumentar su participación en el sector. La marca Pirelli Industrial, que ahora pertenece a Prometeon Tyre Group, está abocada a las unidades de negocio Truck, Agro, Bus y OTR, y trabaja en la optimización de productos de todos los segmentos del mercado, que abarcan distintos servicios con valor agregado diferencial, más rendimiento, mejor costo por kilómetro y la posibilidad de recapar los neumáticos en una segunda o tercera vida.

¿Cuáles son los principales desafíos de la marca?

—Pirelli tiene dos grandes unidades de negocio. Por un lado, Consumer, que abarca auto, camioneta radial y pick up, y por el otro, Industrial, que está destinada al transporte de cargas, pasajeros, agro y aplicaciones de maquinaria vial y minera, entre otras. En el caso del transporte, apuntamos a mejorar el costo por kilómetro, que es un indicador bastante relevante en el negocio. Por otro lado, a través de algunos productos de la gama Premium, que tienen la característica de ser neumáticos verdes, con menor resistencia a la rodadura, apostamos a reducir el consumo de combustible y mejorar las condiciones de confort.

El centro mundial de desarrollo de neumáticos de agro con la marca Pirelli está en Brasil, donde hay un sector de ingeniería muy importante dentro del mercado a nivel mun-

dial. Allí hay en marcha muchos desarrollos con los que trabajamos mancomunadamente y muy cerca de las necesidades y requerimientos de los usuarios.

¿Cómo es la logística actual de Pirelli Industrial?

—Tenemos un almacén central, donde están todos los neumáticos, desde los que se proveen a las distintas fuentes productivas, locales e internacionales. Desde ahí se distribuye a los diferentes puntos del país, gracias a la importantísima cobertura geográfica que tiene la empresa. Prácticamente todas las ciudades de la Argentina están cubiertas con un distribuidor Pirelli.

El producto llega a la distribución de dos maneras diferentes. Una que se llama *back to back*, que se desarrolla desde la fábrica de Brasil y por la cual el producto va directo al distribuidor. La otra metodología funciona desde el centro en la loca-

lidad de Campana para toda la red. Estamos tratando de aplicar esta excelencia operacional en nuestros distribuidores.

Por otra parte, el problema del neumático es que se transporta aire, en cualquier tamaño. Cuanto más grande, peor. Se trata de combinar la logística para optimizar el uso del transporte. El flete termina siendo un costo adicional que, en definitiva, en algún punto es ineficiente, porque hay una parte del neumático que no se puede ocupar. Los equipos logísticos tienen distintas metodologías de acuerdo con los estándares globales de Pirelli Industrial, que maximizan el uso de los vehículos y garantizan que los productos lleguen en condiciones correctas a cada punto de venta.

¿De qué forma controlan esa logística?

—Todos los neumáticos tienen números que identifican su fabricación. Contamos con un sistema de trazabilidad bastante determinado. Estamos avanzando en cuestiones de monitoreo, oportunidades de mejoras, redistribución y ver cómo agregar valor en el negocio logístico. También ofrecemos un servicio de asistencia técnica que identifica los parámetros por los cuales fallan los neumáticos. Se realizan informes detallados a nuestros clientes, proponemos acciones para que reduzcan el consumo del neumático o que pueda ser reconstruido para una segunda o tercera vida. Siempre buscamos impactar en la optimización de los costos.

Cada cliente, en general, pone algún requerimiento o condiciones específicas. Primero, se diseña; luego, se hacen las pruebas de simulación y la fabricación, y después, se controla en una pista muy grande ubicada en el municipio de Sumaré (San Pablo). Allí se hacen los tests con los vehículos para comprobar que el producto cumpla con lo solicitado.

¿Con qué proyectos está avanzando Pirelli Industrial en el corto o largo plazo?

—Tenemos varios proyectos para los segmentos específicos. La compañía posee una segmentación de productos, en términos de valor y también por tipo de aplicación. Hay neumáticos de segmentos H, G, R, Ry para uso urbano—de transporte de pasajeros—. Existen lanzamientos particulares, pero a su vez también estamos muy enfocados en la calidad de servicios y atención de los distribuidores a los clientes finales. Para eso está en marcha el programa de desarrollo de distribuidores. Por otro lado, pensamos acciones de valor agregado para el cliente. También trabajamos con Fadeac en nuevos acoplados con una distribución distinta de ejes, que tienen neumáticos Pirelli.

—Pirelli Industrial mantiene varias acciones para el ahorro de costos. ¿Cómo benefician a las operaciones diarias del transportista?

—Ese ahorro depende específicamente del transporte y del tipo de carga. No es lo mismo líquidos, granos o autos. La carga en el camión se mueve

ESTRATEGIA

CAMBIO Y NUEVO SERVICIO

Pirelli informó que Mauricio Canino asumió el cargo de CEO de la sociedad con responsabilidad en la Argentina, Chile y Uruguay, habiendo tenido como últimas posiciones CEO de Pirelli Comercial y CEO de Campneus red de distribución de la compañía en Brasil, dejándolas para asumir el nuevo desafío de la Argentina. Por otra parte, Pirelli Industrial se unirá a la app móvil de Shell Rimula llamada Club Rimulero, en donde ofrecerá sus servicios disponibles a toda la comunidad de camioneros del país. La aplicación cuenta con toda la información de los productos lubricantes Shell Rimula, tips de viaje, beneficios en paradores por ser miembros del Club Rimulero y mapas de estaciones de servicio Shell. Además, cuenta con una sección destinada al mundo camionero y una sección para entrenamientos. El lanzamiento de la comunidad Club Rimulero vino acompañado con la posibilidad de ganar un Camión Isuzu NPR75 para todo camionero que baje la aplicación y premios semanales para aquellos que interactúen a diario.

de diferente manera y eso impacta en el neumático. Vamos a visitar a cada transportista para ver qué problemas tiene. Además, creo que hay muchas oportunidades de mejoras para hacer de forma conjunta. No sólo con el transportista, sino también con los proveedores de los vehículos y acoplados, desde las técnicas, procesos de mantenimiento y pruebas diferentes hasta metodologías de control. Hay una necesidad imperiosa de bajar los costos y mejorar la productividad.

¿Habrá nuevas sedes comerciales de la marca en el país?

—Estamos analizando mercados que podrían ser potenciales para la expansión de Pirelli Industrial. En ese sentido, estamos evaluando cómo podemos completar espacios en red de distribución para ganar mercado y agregar, sobre todo, servicios a los clientes Pirelli de manera global. Hoy hay más de 230 puntos de venta. Nosotros tenemos una cobertura territorial muy importante. Nuestros distribuidores tienen capacidades desarrolladas para brindar servicios como alineaciones, balanceos, identificación de mejoras, entre otros. Incluso, en algunos casos, hasta trabajan con camionetas llamadas VAT (vehículos de asistencia técnica), con las que se asiste al cliente con servicios específicos. ●



