

Revista **Económica**

Año XXIV N° 110 – 2009 \$ 10.-



CRISIS & GLOBALES

Su incidencia en la Banca Argentina



Gustavo Marangoni
Banco Provincia



Mario Vicens
ABA



Jorge Brito
Banco Macro
ADEBA





**Zurich. Transformamos tu confianza
en tranquilidad.**

**Porque nuestro
compromiso es con vos.**

Con más de 130 años de experiencia en el mundo, más de 40 años en la Argentina y una destacada trayectoria de cumplimiento, somos líderes en seguros de vida y patrimoniales. Promovemos la cultura del ahorro y de la protección, apoyamos la Cultura y la Educación y mantenemos un firme compromiso con el país.

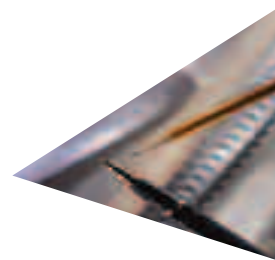
Cerrito 1010, Buenos Aires – 0810 99 Zurich (987424)

www.zurich.com.ar



Because change happenz.®

COOPERACIÓN RESPONSABLE



Todavía no es posible determinar cuando será el desenlace de la crisis financiera internacional, los mercados siguen mostrando que la herida del sistema financiero global es profunda y llevará tiempo en cicatrizar.

La resistencia a creer en las características globales e interdependientes del sistema condujo al error de contemplar la epidemia desatada en Estados Unidos de las hipotecas basura y los derivados como enfermedad de ellos y que no iba a convertirse en pandemia financiera global. En áreas emergentes hubo más retraso todavía en asumir el carácter pandémico de la crisis.

No se puede caer en la tentación de buscar alternativas inexistentes al sistema, ni caer en el sálvese quien pueda proteccionista que rechaza la interdependencia económica y financiera de la nueva realidad mundial. Pero que no haya alternativas a la economía de mercado como sistema no quiere decir que no se deba reformar a fondo y cambiar su modelo de funcionamiento. Volver al mismo camino, con parches, llevará en pocos años a una nueva burbuja, con efectos semejantes.

Corregir los marcados defectos y los grandes abusos que se han producido en el sistema financiero justifica el enorme esfuerzo de salvamento de las entidades en crisis. Hay que hacerlo con un marco regulatorio claro y que sirva para todos. Con órganos de control globales y nacionales que respondan a las mismas reglas y con un especial rigor frente a los paraísos fiscales. Un sistema de alerta temprana debería advertir cuando el crecimiento de los flujos financieros sea excesivo, despegados de su función de intermediación de la economía real. Pero hay que hacerlo sin excesos regulatorios inútiles, armonizando lo global y lo local.

El carácter global del sistema está implícito en la nueva realidad económica y financiera

mundial. Por eso, las reacciones proteccionistas antiglobalizadoras agudizarían la situación y la prolongarían indefinidamente.

Las intervenciones masivas e inevitables desde el ámbito de la política se han llevado por delante todas las teorías fundamentalistas de “la mano invisible” del mercado. Después de décadas separando a la política de su función en la economía de mercado, se la reclama para corregir el desaguisado. Pero ya se está culpando a la política de los males que no provocó, salvo por la ausencia impuesta por el pensamiento neoconservador dominante del “todo mercado”.

Algunas ideas básicas se están generalizando para hacer frente a la situación. Se acepta la necesidad de salvar al sistema financiero, pero como los banqueros no gozan de buena opinión entre el público, hay que decir que salvar al sistema financiero es un ejercicio de responsabilidad ineludible, porque sin él no hay recuperación posible y, menos, sostenible. Pero ayudar a las entidades no significa asumir los errores de los responsables.

La aplicación de políticas keynesianas deberían acompañarse de reformas de carácter estructural en temas como productividad, discusiones salariales, seguridad social, etc.

Muchos de estos conceptos, vertidos recientemente por el ex presidente español Felipe González, bien valen su atención.

Es de esperar que en nuestro país el Gobierno, la oposición y los actores económicos y sociales, sobre todo en este nuevo y adelantado proceso electoral, puedan sustituir el ambiente de pelea, crispación y agresión por la cooperación responsable que permita sacar adelante a nuestra sociedad poniéndose a la altura de la actual coyuntura internacional.

Fundador

Juan Luis Rechax

Staff

Directores

Rodolfo G. Rechax
Luis A. Piñeiro

Colaboradores

P. Alvarez Cornillón
Alberto Junco
Hernán Castiñeira de Dios

Jefe de arte

Fernando A. Hrycak

Impresiones

Actualidad Gráfica

Administración

Bettina Rechax

Revista ECONOMICA
es una publicación de
PRENSA ARGENTINA,
con domicilio en
Junín 185, 6° "A"
Capital Federal
Tel/Fax: (05411) 4952-7212

Registro de la Propiedad
Intelectual N° 79746. Queda
hecho el depósito que marca
la ley 11.723. Se autoriza la
reproducción total o parcial
del contenido de esta
publicación citando
la fuente.

Buenos Aires, Argentina.
E-mail: rechax@ciudad.com.ar

Revista ECONOMICA
se comunica con
MOVISTAR

EDICION 110

MARZO / ABRIL 2009

GUSTAVO MARANGONI

La Argentina se encuentra
mejor preparada que
en crisis anteriores

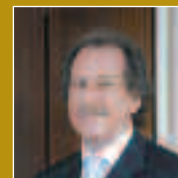
4



JORGE BRITO

No debemos ser pesimistas
y sobrevaluar la crisis

8



MARIO VICENS

Crédito: Mitos y realidades

10



JUAN ERNESTO SPINELLI
Dunlop Argentina

16



NOVEDADES TECNOLÓGICAS
Lubricantes biodegradables

22



HORACIO PINO
Meip Ingeniería

24



DIEGO BEUMOND
Las Pymes y la
optimización de costos

26



OTRAS NOTAS DE INTERÉS

El nuevo perfil del viajero corporativo 12

Michelin aumentó sus ventas durante 2008 14

Movistar afianza su liderazgo en servicio de datos móviles 18

LAN celebró su 80º Aniversario 20

Producción de plásticos biodegradables 28

Aerolíneas Argentinas gestiona el reequipamiento de su flota 42

Grupo BBVA: Gregorio Panadero nuevo director 42

Gas Natural se incorporó al Consejo de Unión FENOSA 42

Nueva campaña de La Caja "SucurSALES" 42

Bosch capacitó a más de 1.000 técnicos 44

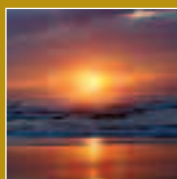
LoJack ahora para motos 44

Banco Hipotecario: préstamos para ampliación y refacción del hogar 44

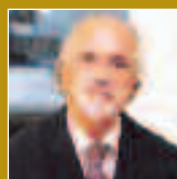
Carrefour, fuerte crecimiento de la marca propia en 2008 44

Columna
AMADO CABO 30

Pymes: tiempos de cambio



HORACIO MARTÍNEZ 32
Industria Naval:
Argentina-Brasil



Columna
HERNÁN CASTIÑEIRA DE DIOS 34
Qué sabrá este jubilado...



BANCO PATAGONIA 36
Prioridad por la educación



RESPONSABILIDAD 38
SOCIAL EMPRESARIA
LAN – EDESUR



GUILLERMO FUERTES 46
La eficiencia energética
en las Pymes



AUTOMOTRICES 48
Novedades del sector



GUSTAVO MARANGONI LA ARGENTINA SE ENCUENTRA MEJOR PREPARADA QUE EN CRISIS ANTERIORES

“Creo que, evidentemente, en una economía globalizada, las características de esta crisis impacta en todas las naciones, en todos los actores y la Argentina no va a ser una excepción al respecto. De todos modos, nuestro país se encuentra mejor preparado que en crisis anteriores”, dijo Gustavo Marangoni, Vicepresidente del Banco de la Provincia de Buenos Aires, a Revista Económica.

¿Cómo observa el desarrollo de la crisis económico-financiera internacional y cuáles cree que serán sus consecuencias en la Argentina?

Creo que, evidentemente, en una economía globalizada, las características de esta crisis, impacta en todas las naciones, en todos los actores y la Argentina no va a ser una excepción al respecto. De todos modos, nuestro país se encuentra mejor pre-

parado que en crisis anteriores. Recordemos que la crisis de la subprime comenzó a desarrollarse en febrero del año pasado, se dieron cada vez sucesos más profundos y complejos en todo el planeta y, sin embargo, la Argentina pudo mantener el año pasado un alto nivel de crecimiento y, este año, que empieza más afectada su economía real, tiene tres herramientas fuertes para encarar esta situación: los superavit gemelos (comercial y fiscal) y también un importante nivel de reservas en el Banco Central, que permite ir adecuando la política cambiaria para no quedar rezagados, fundamentalmente, con los vecinos de la región. Así que yo creo que, a diferencia de crisis anteriores, como fue el Tequila en 1994 o la crisis que se dio en 1981 como una consecuencia de la moratoria unilateral de México, que impactaron inmediatamente en la Argentina, nosotros vemos que en ese contexto, como el impacto global tarda en llegar, nos encuentra más preparados.

Este va a ser un año de menor actividad económica respecto del año pasado pero encuentra un sistema bancario más sólido, encuentra cuentas fiscales ordenadas y una situación de la deuda que, a partir de medidas que ha tomado el Poder Ejecutivo —una de las más recientes, el canje de los Préstamos Garantizados—, va a permitir cumplir con las obligaciones ex-

ternas en el 2009 y despejar, en alguna medida, un panorama muy complejo que presenta el mundo.

¿Ud. cree que el sistema capitalista tiene que replantearse frente a todas estas situaciones?

Ya se está replanteando, porque el esquema de la burbuja especulativa que se generó a partir de las hipotecas, fundamentalmente del hecho de un apalancamiento formidable, ha encontrado límites muy severos y eso lo manifiesta la realidad y lo está pagando muy caro el mundo desarrollado. En EE.UU. se están destruyendo 700.000 puestos de trabajo por mes, España ya tiene un nivel de desempleo del 15 por ciento y, técnicamente, toda Europa está en recesión. La caída de los comoditis, fundamentalmente los no agropecuarios, es muy importante y creo que la Argentina puede encontrar una oportunidad justamente en el hecho de que los commodities, los alimentos y todo lo que hace al complejo agroalimentario ha caído en menor proporción, es decir, sostienen precios equivalentes a los de 2007 y eso es una ventana de oportunidad para seguir agregando valor sobre nuestra producción en primer lugar. También, de alguna manera, hay que tener muy claro y muy presente que es pieza fundamental en este es-





quema, fortalecer la presencia del Estado, porque una de las enseñanzas de esta crisis a nivel global, justamente, es el hecho que ha estallado en aquellos sectores donde la regulación del Estado no había llegado como la banca de inversión, que estaba lejos de las regulaciones y dio lugar a un sobreendeudamiento de las familias y de los gobiernos de los países centrales que requiere ser examinada. El mercado, para su correcto funcionamiento requiere de una activa presencia del Estado. Así como la crisis de 1989, con la caída del Muro de Berlín puso en evidencia que no puede haber Mercado sin Estado, esta crisis de 2008/9, lo que pone en evidencia es que tampoco puede haber Estado sin Mercado, es decir, que no se puede seguir insistiendo en las políticas liberalistas, diría yo, como una exageración del liberalismo económico creyendo que se pueden esquivar las consecuencias. Por eso, me parece que vamos hacia un modelo con una mayor presencia estatal, con mayor calidad de las regulaciones y, fundamentalmente también, de un reacomodamiento de todo lo que tiene que ver con el endeudamiento, tanto del Estado como de las familias en los países centrales. Afortunadamente en la Argentina, por las políticas aplicadas luego de la crisis del 2001, estamos mejor posicionados.

Entonces cae por tierra el slogan que decía que achicar el Estado era agrandar la Nación.

Esa política malsana trajo consecuencias enormes y muy graves en todos los términos. Nosotros los argentinos lo conocimos: 23 por ciento de desempleo. No podemos volver a eso. Y para no volver a esa situación preferimos un Estado presente que esté trabajando con anticipación. Nosotros en la Provincia de Buenos Aires, por instrucciones del Gobernador Daniel Scioli, estamos viendo como subsidiar el empleo hoy, para no tener que subsidiar un desempleado mañana. Es decir, el objetivo estratégico de este año es mantener las fuentes de trabajo, que es una forma de mantener el consumo y también de asistir al financiamiento y existencia de las PyMes que, como todos sabemos en la República Argentina constituyen el 80 por ciento de la ocupación. Nosotros, que desde el Banco de la Provincia de Buenos Aires asistimos anualmente a 15.000 empresas, la casi totalidad PyMes, y trabajamos fuertemente con el tema crediticio para cumplir con este objetivo estratégico que es mantener las fuentes de trabajo.

¿Esto lo canalizan a través de Fuerza PyMe?

Tenemos varias líneas: Fuerza Productiva, que existe desde mayo del año pa-

sado, que tiene una tasa subsidiada por el Ministerio de la Producción, con una línea de \$ 450 millones, con un tramo de \$ 50 millones para mudanza a Parques Industriales y \$ 450 millones para PyMes del sector agropecuario, de la industria, del comercio y de servicios. También tenemos la línea de Capital de Trabajo, que articulamos con fondos del ANSES de \$ 350 millones a un costo financiero total de 13,8 y también tenemos otras líneas tradicionales del Banco.

En este contexto internacional tan difícil, ¿cómo está el Banco de la Provincia de Buenos Aires?

El Banco está muy activo asociándose a las iniciativas del Gobierno Nacional y de la ANSES para sostener el crédito. Para el sector agropecuario acabamos de anunciar en Expoagro una línea con subsidio del Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires por \$ 150 millones para capital de trabajo de tres subsectores del complejo agropecuario, como cría, trigo y lechería que están muy afectados por la sequía. Así que, el Banco está muy presente buscando este año superar la barrera de los \$ 7.000 millones de asistencia en crédito, tanto a las empresas como a las familias, porque sabemos que tenemos que jugar un rol contracíclico importante. Esa es la función de la banca



pública. Nosotros no sólo tenemos objetivos de naturaleza comercial, sino que también tenemos objetivos que hacen a la equidad y a la paz social de la Provincia de Buenos Aires. Tenemos la clara vocación de poner nuestras 357 sucursales asistiendo permanentemente a todas las empresas de la provincia.

¿Cuáles son los cambios que desde diciembre de 2007 se están llevando a cabo en la entidad?

Básicamente en el hecho de orientar plenamente la disponibilidad de liquidez del Banco a la producción. El año pasado, cuando quizás otras instituciones bancarias privadas se sentaron sobre la liquidez, nosotros seguíamos asistiendo porque entendíamos que era sumamente importante. También estamos buscando efficientizar todo lo que es el funcionamiento interno del Banco a partir de la capacitación del personal y todo lo que se refiere a completar el proceso de modernización de sistemas del Banco, que es una tarea importante en la cual hemos puesto mucha energía y también en renovar y aumentar el parque de nuestros cajeros automáticos pues somos la entidad del sistema que tiene más cajeros en todo el país, sino que, además, los tenemos concentrados, básicamente, en el territorio de la provincia de Buenos Aires y también en la Capital Federal. Esto habla de un esfuerzo del Banco por mejorar permanente sus servicios y, el hecho de ir contribuyendo junto al Gobierno de la Provincia

de Buenos Aires en ir aplicando los programas sociales, tanto de la Provincia como de la Nación, con el pago con tarjeta para descomprimir justamente el funcionamiento de las sucursales. Por ejemplo 550.000 madres, en situación de vulnerabilidad, ahora tienen una Tarjeta Alimentos y ya no reciben bolsones de comida. Con esto estamos contribuyendo a un objetivo claramente social, pero también estamos induciendo a que los planes sociales se paguen con tarjeta para que las sucursales bancarias se puedan descomprimir de esas obligaciones y estar más afectadas a la atención y servicio de los clientes, más allá también de todo lo que tiene que ver con Home Banking, que es una práctica que queremos que nuestros clientes profundicen más. También, a partir de lo que comentaba de los cajeros, hemos registrado un importante crecimiento de las operaciones por esa vía y eso ayuda muchísimo a mejorar la performance del Banco

¿Cómo funciona el Programa Fuerza Solidaria?

El Programa Fuerza Solidaria es un fideicomiso del cual participa el Banco de la Provincia de Buenos Aires, el Ministerio de Desarrollo Social y Lotería de la Provincia, que también tiene un director en el Programa, y funciona como un banco de segundo piso para microemprendimientos. Es decir, nosotros, bajo el sistema de Fuerza Solidaria, no asistimos directamente al emprendedor, sino que utiliza-

mos las organizaciones no gubernamentales para que ellas luego canalicen los micropréstamos a los beneficiarios. También trabajamos con las llamadas empresas de la economía social, muchas de ellas fábricas recuperadas o cooperativas a las cuales también asistimos con este financiamiento. Como vimos que ese programa funcionó muy bien, queremos profundizar nuestra presencia en microcréditos y, desde este año, empezamos a funcionar como banca de primer piso a partir de una empresa nueva del Grupo Banco Provincia que se llama Provincia Microempresas S.A. con la que buscamos que aquellas personas o familias que no pueden acceder muchas veces al crédito de la banca tradicional, porque les piden una gran cantidad de condiciones que no le facilitan el acceso, a partir de un trámite más sencillo, puedan obtener un flujo de financiamiento que puede estar en los \$ 5.000 ó \$ 9.000 y les permita acceder al cambio de un pequeño bien de capital que está usando para poder incorporarse a la economía formal. En ese sentido, este año tenemos como objetivo asistir a más de 10.000 microemprendedores y trataremos de profundizar esta experiencia para años posteriores porque creemos que en la Argentina es un negocio que no está suficientemente desarrollado y el cumplimiento de los pagos por parte de los beneficiarios siempre ha sido perfecto. ■



En cada **llamado**, mail y **sms** que reciben para saludarlos también tenemos la alegría de estar presentes.

JORGE BRITO

“NO DEBEMOS SER PESIMISTAS Y SOBREVALUAR LA CRISIS”

¿Cuál es su evaluación de la crisis que está sacudiendo al sistema financiero internacional, qué rol jugaron los bancos de inversión de EE.UU. y qué otros sectores estuvieron involucrados?

Evaluamos que la crisis es severa y extendida. Está muy extendida porque la dinámica de la globalización facilitó su propagación en un tiempo relativamente breve. No sabemos todavía cuánto es de severa, entre otras cosas porque aun no terminó de decantar. Acá es donde yo digo que los dirigentes no tenemos que

sobrevaluar la crisis. Como formadores de opinión, no debemos ser pesimistas porque si no terminamos configurando una profecía autocumplida.

Todos los observadores coinciden en destacar que el origen de la crisis es la explosión de la burbuja de las hipotecas sub-prime. Siguió después los bancos de inversión, que tienen una regulación más laxa y no tienen garantía de los depósitos como los bancos comerciales. El problema es que la piedra fundamental de cualquier sistema financiero es la confianza y cuando esa confianza se debilita todo el sistema sufre en todas las direcciones: los bancos comerciales locales, otras instituciones financieras y luego bancos e instituciones financieras de otros países del mundo. El diagnóstico de la crisis nos sirve para anticipar por donde prevemos la recuperación, y es, precisamente, por el restablecimiento de la confianza

¿Cómo cree que impactará en la Argentina?

Con un mercado mundial deprimido nuestras exportaciones se van a ver afectadas, tanto en precio como en cantidad, y esto ya ha sido anticipado por los registros del mes de enero, en que nuestras exportaciones cayeron un 36 %, mientras que las importaciones lo hicieron en un 38 %. En el año 2008 las exportaciones representaron un 20,1 % de la demanda global. Esto quiere decir que, si bien nuestro país ha mejorado su nivel de apertura respecto de otros tiempos, sigue siendo un

país relativamente cerrado y menos vulnerable entonces que otros cuya demanda global depende sustancialmente de las exportaciones.

¿Se puede profundizar el deterioro que se está observando en nuestra economía?

Vamos a tener un año de disminución del crecimiento y habrá que actuar con pericia, tanto el sector público como el privado, para que esa reducción no se transforme en estancamiento o en caída del nivel actividad.

¿Qué estrategia adoptaron los bancos locales frente a la crisis?

Los bancos tienen la misión de facilitar y apuntalar el ciclo de acumulación e inversión. Deben proveer recursos financieros sobre todo a aquellos proyectos que aumenten significativamente la productividad de las empresas. Esto es porque pensamos que la mejora de la productividad va a ser clave en la mejora del tipo de cambio real.

Me gustaría hacer una reflexión sobre cierta percepción general que ve a los bancos cobrando tasas altas y ganando mucho dinero. Ante esto no debemos olvidar que el sistema financiero es un intermediario en el proceso del crédito. Intermediario entre los depositantes (la oferta) que ofrecen dinero a plazos de 30 días y los tomadores de crédito (la demanda) que devuelven este dinero en plazos de 1.800 días. Este descalce de plazos es el



“Evaluamos que la crisis es importante y extendida, pero no sabemos todavía cuánto es de severa, entre otras cosas, porque aun no terminó de decantar. Acá es donde yo digo que los dirigentes no tenemos que sobrevaluar la crisis. Como formadores de opinión, no debemos ser pesimistas porque si no terminamos configurando una profecía autocumplida”, señaló a Revista Económica, Jorge Brito, Presidente de ADEBA y del Banco Macro.



mayor problema que tiene nuestro sistema financiero. Esto se ve agravado en medio de la crisis actual, porque ha desaparecido el mercado de largo plazo, en el que, antes, los bancos podían encontrar un fondeo en plazos extendidos. Por otra parte, cuando hay crisis los depositantes retiran su dinero, pero los créditos no pueden recuperarse de inmediato, obligando al banco a obtener recursos con un costo elevado para poder devolver la plata. Otro problema del sistema financiero argentino es la volatilidad de la tasa, hecho que incrementa los costos de intermediación. A esto hay que agregarle la desconfianza del ahorrista que hace necesario pagarle altas tasas para que coloque su dinero. Si a todo esto se le suman los costos impositivos, las previsiones de incobrabilidad y los requisitos mínimos de liquidez del BCRA, encontramos la explicación de por qué las tasas son altas. Cuando aumente la confianza, que decíamos iba a ser la base de la recuperación, bajarán las tasas pasivas y se extenderán los plazos de los depósitos, con lo que mejorará la posición del banco intermediario y podrán entonces bajar las tasas que se le cobran al deudor.

¿Cómo se encuentra el Banco Macro ante esta nueva situación nacional e internacional?

Nuestro Banco mantiene su vocación por estar al servicio de sus clientes acompañándolos en todos aquellos emprendimientos que contribuyan al mantenimiento y al incremento del nivel de actividad. En ese sentido seguimos abocados en procesos de mejora continua para mantener a nuestros servicios en el sendero de la excelencia, maximizando la satisfacción de nuestros clientes.

¿Siguen pensando en un plan de expansión?

También en las crisis hay oportunidades para crecer, y algunos sostienen que las crisis son el mejor contexto para crecer de modo significativo. Como empresarios que somos, somos estructuralmente optimistas. Con prudencia y teniendo en

consideración la gravedad del momento, buscaremos consolidar lo alcanzado, sin dejar de explorar oportunidades de expansión.

¿Qué protagonismo piensa que debe tener el empresariado local para lograr el fortalecimiento de la economía y de las instituciones?

Hemos dicho que esta es la hora de la microeconomía y por lo tanto el empresario, sobre todo aquel que se encuadra en el retrato schumpeteriano de “piloto de tormentas”, tendrá en esta etapa que recorreremos un protagonismo fundamental. Desde una perspectiva macro, las instituciones que agrupan a los agentes de la actividad económica nacional, deben reunirse y encontrar consensos para disminuir los efectos de la crisis. ■

Crédito: mitos y realidades

Quiero aprovechar la presente columna para revisar lo que ha sucedido con el crédito bancario en los últimos tiempos y comentar, al mismo tiempo, ciertas afirmaciones que se formulan públicamente y pasan rápidamente a la categoría de “verdades indiscutidas” aunque no tengan basamento y, a veces, solo contribuyen con ocultar o confundir la realidad.

Ya es conocido que el crédito bancario al sector privado ha aumentado a un ritmo de entre 30% y 40% anual continuadamente desde principios de 2005 hasta octubre de 2008, acumulando un aumento de más de \$ 90 mil millones en el período que permitió más que triplicarlo en los últimos cuatro años. Así, la asistencia crediticia de los bancos pasó de representar el 7,5% del PIB en el peor momento de la crisis al 11,6% actual, todavía muy lejos del nivel que había alcanzado justo antes de que estallara la misma.

Para centrarnos en el comportamiento cualitativo del crédito más que en los aspectos cualitativos, la primera cuestión a considerar es el destino de ese crecimiento crediticio. En este sentido, la idea de que los bancos se de-

dicen a financiar el consumo en lugar de asistir a la producción suele ser planteada con la misma frecuencia con la que se cuestiona la falta de crédito que sufrirían las PyMEs.

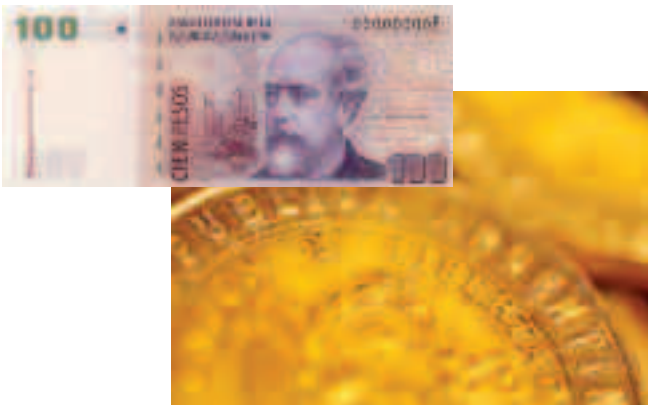
La información oficial muestra, sin embargo, una realidad muy diferente. Los préstamos nuevos otorgados por los bancos desde 2004 hasta ahora correspondientes a líneas típicamente de consumo (personales y tarjetas de crédito) representan solo el 36% del total. El resto está compuesto por créditos prendarios e hipotecarios (15% del total) y líneas cuyos tomadores son básicamente empresas, tanto grandes como pequeñas. A su vez, estas últimas recibieron una quinta parte del total de los préstamos nuevos otorgados en el período y una tercera parte del que recibieron las empresas, en ambos casos estimados como la proporción de los créditos de menos de un millón de pesos otorgados a personas jurídicas en el total.

Por otra parte, también es muy común que la banca privada sea presentada como poco interesada en prestar o prestando a tasas de interés absolutamente injustificadas. La participación de la banca privada en el financiamiento al sector privado -alrededor del 67%- o la proporción que alcanzan los créditos al sector privado en el total de la cartera de crédito de la banca privada -llega al 89% contra 76% del total del sistema-, son indicadores que hablan por sí mismos.

Para reforzar el punto basta con observar lo que ha sucedido en los últimos años. A fines de 2008 los bancos privados han prestado al sector privado el 90% de la capacidad prestable que ha provenido de los depósitos captados del público, una proporción muy superior al 75% que exhibe la banca en su conjunto. Esta performance, en realidad, está estrechamente vinculada a la reducción de la tenencia de la deuda pública en manos de los bancos -actualmente 6% del total de los activos en la banca privada contra más del 40%



Por Mario Vicens
Presidente de la
Asociación de Bancos de
la Argentina (ABA)



en 2004-, lo que ha permitido aumentar el crédito al sector privado aún más rápido que el crecimiento de la capacidad prestable que generan los depósitos del público, sobre todo en la banca privada.

Este fenómeno adquiere más relevancia cuando se toma en cuenta que el margen para seguir disminuyendo rápidamente el endeudamiento público en manos de los bancos se ha reducido y los depósitos constituyen, cada vez más, la princi-



pal y prácticamente exclusiva fuente de financiamiento del crecimiento del crédito al sector privado. De hecho, los recursos provenientes del mercado de capitales local o internacional no tienen prácticamente relevancia y los depósitos del sector privado representan en la actualidad el 92% de los recursos con que cuentan los bancos privados. A su vez, la evolución de estos últimos en los últimos años en relación al PIB -la riqueza que se genera en el país en un período de tiempo- muestra claros signos de estancamiento y, últimamente, una creciente volatilidad.

En la actualidad el país está sufriendo el impacto de las turbulencias que han afectado los mercados financieros últimamente. Ya desde hace más de un año que la banca viene demostrando su fortaleza, manteniendo la oferta de crédito a pesar de la volatilidad de las fuentes de financiamiento. Sin embargo, afianzar el crecimiento del crédito bancario y, por lo tanto, el financiamiento de la producción en estos tiempos difíciles y en el futuro, no pasa por reiterar conceptos que claramente encuadran en la categoría de los mitos. Se trata de conseguir superar los obstáculos que se han presentado crónicamente en la Argentina para que los mercados financieros institucionalizados canalicen una proporción creciente del ahorro de los argentinos. O, puesto de otra manera, los depósitos deben crecer para que el crédito siga creciendo. ■



El nuevo perfil del viajero corporativo



Amadeus, proveedor líder de tecnología para el sector de los viajes y el turismo, presenta un informe realizado por The Economist Intelligence Unit sobre los efectos de la crisis económica en la elección de hoteles por parte de los ejecutivos viajeros. Titled *The austere traveller - the effect of corporate cutbacks on hotels* (El viajero austero: la repercusión de los recortes de gastos de empresa para los hoteles), el informe concluye que en 2009 los ejecutivos harán menos viajes por trabajo, que éstos serán más cortos y más baratos, y que preferirán la eficiencia básica y un servicio adecuado a los servicios complementarios, el pragmatismo por encima del confort. Una quinta parte de los 354 ejecutivos de Asia, Europa y Norteamérica que participaron en el estudio señaló que una conexión a Internet era más importante que una habitación tranquila.

El 47% de los ejecutivos encuestados realizará menos viajes en los próximos doce

Un informe de Amadeus, realizado por The Economist Intelligence Unit, pronostica una nueva era de austeridad en los viajes de empresa. Analiza las tendencias en los viajes de los ejecutivos y sus repercusiones para los hoteles.

meses y más de una cuarta parte (28%) prevé pasar de hoteles de 4 y 5 estrellas a establecimientos de menos categoría. Además, el 63% de los encuestados prevé que sus empresas utilizarán la crisis económica para obtener las mejores tarifas posibles de los hoteles.

Un elevado porcentaje de ejecutivos (61%) señaló que una marca de confianza con niveles de servicio uniformes en todos sus establecimientos será un factor decisivo a la hora de elegir un hotel en 2009.

Cuando se les preguntó de qué prestaciones no podrían prescindir en un hotel, los viajeros de negocios mostraron un significativo interés en poder ser productivos durante los desplazamientos: la conexión a Internet es indispensable para un mayor porcentaje de ejecutivos (76%), que la habitación sea tranquila (56%), que tenga buenas conexiones de transporte (54%) y que el hotel sea céntrico (52%).

Estos datos sugieren que los viajeros de negocios miden el valor por el precio y por la garantía de servicio uniforme y eficiente.

Así, preguntados por cuáles serían los mejores indicadores de un buen servicio hotelero, los encuestados citaron la flexibilidad para realizar cambios (68%), los procedimientos eficientes de check-in y check-out de los hoteles (64%) y la rápida resolución de problemas (59%). Casi un tercio (29%) también valora positivamente que los hoteles que recuerden sus preferencias.

“Sin lugar a dudas, las expectativas de los viajeros de negocios están cambiando”, señaló Bill Ridgers, analista jefe de viajes y turismo en The Economist Intelligence Unit. “La presión financiera lleva a los ejecutivos a preocuparse menos por el lujo y a concentrarse en si los hoteles aciertan con las cosas básicas. En una época de creciente apremio de tiempo, preocupación por la seguridad y mayor burocracia -en la que la opinión convencional parece en ocasiones indicar que los viajes de negocios se han convertido en algo tedioso- quizá el hallazgo más alentador del estudio sea que los ejecutivos todavía perciben y disfrutan las ventajas de los viajes de negocios”.

“Estamos entrando en una era de evidente austeridad en lo que se refiere a los viajes de negocios”, destacó Antoine Medawar, Managing Director de Amadeus Hospitality Business Group. “Los ejecutivos saben que las empresas y sus accionistas tienen sus ojos puestos en ellos, por lo que se esfuerzan al máximo para hacer que los viajes de negocios sean lo más productivo posible. Adiós, pues, a los gimnasios y los restaurantes. Ahora, lo que importa son los procedimientos eficientes de entrada y salida de los hoteles y el acceso a Internet. Una buena conectividad Wi-Fi puntúa más alto que cualquier otro extra. Se está produciendo un trasvase hacia marcas de confianza y ganan terreno las expectativas de recibir un servicio adecuado y homogéneo en cualquier parte del mundo”, añadió. ■



SCANIA ARGENTINA S.A.
SALUDA A REVISTA ECONÓMICA
EN SU 24º ANIVERSARIO.



Michelin aumentó sus ventas durante 2008

Las ventas netas de Michelin subieron el 1.1% durante 2008 e incluso un 5.6% en ítems no recurrentes. En la Argentina el incremento de sus ventas netas fue de un 25%. Durante 2009 la empresa se centrará en la gestión de su efectivo para optimizar la gestión del programa de producción y reducir la erogación de capital.



En el 2008 los volúmenes de ventas de Michelin, si bien subieron hasta fines de septiembre un 1,4%, terminaron descendiendo un 2.9%, con un -16% en el último cuatrimestre debido a la caída de la demanda.

El resultado neto de la compañía a nivel global fue de 357 millones de euros con lo cual se retrajo un 53,8 % con respecto a 2007. Esto se debió principalmente por la disminución de los volúmenes vendidos, el encarecimiento de las materias primas y el costo de la infrautilización de las capacidades industriales.

Michelin Argentina creció en todos los segmentos de productos, autos, camionetas, buses, agro y camiones, donde quedó como líder del mercado radial tras obtener más del 20% de participación, según datos de CIN (Cámara de la Industria del Neumático).

Michel Rollier, Presidente de la empresa a nivel global, declaró: “En respuesta a las perspectivas y la tendencia en baja para los próximos meses, Michelin está fortaleciendo la gestión de sus programas de producción con el fin de aumentar la flexibilidad de la planta, reforzar y optimizar la gestión del inventario en efectivo. Hemos decidido reducir sustancialmente nuestros gastos de capital en el 2009 manteniendo al mismo la orientación clave de nuestra estrategia a mediano plazo. Vamos a mejorar aún más nuestra competitividad, fortalecer nuestro liderazgo sin comprometer el valor de nuestros productos y ampliaremos nuestra huella en el crecimiento de las regiones. De esta manera, estaremos dispuestos a recuperarnos tan pronto como los mercados”.

Perspectiva 2009

Durante 2009 la empresa se centrará en la gestión de su efectivo para optimizar la gestión del programa de producción y reducir la erogación de capital. También señaló que los mercados de neumáticos posiblemente continúen bajando durante el primer semestre, en comparación al mismo período de 2008. Después de ello podrán recuperarse a medida que los stocks de los mercados de reposición se reconstruyan y se materialice una recuperación de la actividad económica.



Michel Rollier

El grupo reforzará la flexibilidad de su producción útil. Las inversiones que ascenderán a cerca de 700 millones de euros, se destinarán en forma prioritaria a la continuidad del desarrollo en los mercados con gran potencial de crecimiento.

De este modo la empresa pondrá toda su energía en recuperar su rentabilidad y preservar su solidez financiera.

En Argentina la compañía prevé continuar invirtiendo a través de nuevos lanzamientos de productos para distintos mercados y manteniendo la estrategia de expansión de su red de revendedores. La misión de Michelin es contribuir de manera sustentable a la movilidad de las personas y de los bienes. ■

**24 años
haciendo
que comprar
una revista,
sea el principio
de una gran
inversión.**

Felicitamos a Revista Económica en este nuevo aniversario.



Macro

Tu Banco cerca, siempre



JUAN ERNESTO SPINELLI DUNLOP ARGENTINA: UNA EMPRESA QUE COMERCIALIZA 3.500 PRODUCTOS

La empresa Dunlop Argentina comercializa alrededor de 3.500 productos y ha sido durante 19 años galardonada con el premio al mayor Exportador Argentino de Productos Industriales de Caucho. Sobre la marcha de la empresa, Revista Económica dialogó con su Director General, Juan Ernesto Spinelli.

¿Podría hacernos una breve reseña de Dunlop en la Argentina?

En el año 1910, como parte integrante del Grupo Pirelli, Dunlop inicio su actividad en la Argentina a través de la comercialización de productos importados. En 1917 comienza la actividad industrial en la Argentina y en 1932 participa en la creación de la FAIC (Federación Argentina de la Industria del Caucho), siendo la empresa asociada con mayor antigüedad. El año 1955 es muy importante ya que se adquiere y amplía la planta industrial de Bella Vista. En 1984 la sociedad modifica su denominación y se constituye Pirelli Técnica SAIC para, en 1994, adoptar la denominación de Dunlop Argentina S.A.

¿Cuáles son los productos que fabrican?

Dunlop se dedica a proveer a las distintas ramas de la industria. En nuestra planta elaboramos todo tipo de productos en goma destinados a los más diversos y variados mercados como son, entre otros, los de construcción, agricultura, minería, siderurgia, automotriz, transporte, petróleo y a-

limentación. Le doy algunos ejemplos: ofrecemos al mercado la línea más completa de **mangueras industriales**. En nuestra planta elaboramos mangueras de baja, media y alta presión, mangueras de PVC y de riego. Por otra parte disponemos de una gran variedad de **mangueras especiales** para usos específicos y sus distintas aplicaciones. Entre ellas se destacan las mangueras para conexión draga, bombas sumergibles, conducción de cemento, productos alimenticios, ácidos, bases, materiales abrasivos, gases industriales, hidrocarburos de alto contenido aromático. Así-mismo, son útiles para usos areneros, ferro-viarios, agrícolas, minero, y para cualquier otra industria que exija conducción de líquidos o sólidos en lecho fluido. Para esta área, también contamos con un equipo técnico que puede diseñar el producto más conveniente para cada necesidad.

Para la industria Petrolera, **las mangas** fabricadas en nuestra planta cubren una amplia variedad de usos, destacándose las de conducción de petróleo e hidrocarburos, construidas bajo estrictas normas internacionales (BS 1435), aprobadas por el American Petroleum Institute. Además, tenemos la línea de mangas para carga y a-

descarga off-shore (submarinas y flotantes), según norma BS1435. También para el área petrolera, pero para tareas de perforación, fabricamos la línea de mangas de alta presión Rotary –Drilling y Vibrator–, con certificación API (American Petroleum Institute).

Otro producto destacado son las **cintas transportadoras Dunlop** que adecuadamente elegidas, pueden ser utilizadas, tanto para uso industrial, como para la actividad agrícola. Se fabrican en diferentes anchos, largos y espesores, con dos o más telas, ya sea en nylon o en poliéster-nylon. Estamos capacitados para elaborar distintos tipos de cintas transportadoras destinadas al transporte de diferentes materiales, entre los que podemos mencionar cereales, rocas, cuarzo, vidrio, piedras calizas, carbón, cemento, sal, productos químicos, productos alimenticios, mineral de hierro.

En **planchas de goma** ofrecemos una amplia variedad de planchas de goma standard y especiales. Las primeras son elaboradas con un compuesto de goma a base de caucho natural o sintético, con una o dos telas y de 900/1000 mm. de ancho. Las especiales se clasifican según el uso para el que han sido diseñadas. Pueden fabricarse a base de caucho natural, sintético, acrilonitrilo o neoprene, ma-

teriales que garantizan al producto un óptimo resultado. También producimos planchas especiales para uso alimenticio y tapices para celdas electrolíticas utilizadas en la fabricación de cloro y soda cáustica.

En el rubro **Correas** contamos con una amplia gama de diferentes tipos: en V y Poly-V para uso automotriz, sincrónicas automotores e industriales, de uso agrícola, y de uso industrial en diferentes secciones. También comercializamos una amplia variedad de medidas de ruedas industriales, ruedas macizas, para distintos tipos de autoelevadores.

¿Han realizado inversiones en el último tiempo?

Sí, fundamentalmente en dos áreas: en la reingeniería de la nueva manguera SAE, que saldrá al mercado en poco tiempo y en el sector petrolero. Como ejemplo, hemos invertido más de un millón cuatrocientos mil dólares en comprar tecnología para la fabricación de mangas off-shore que tienen unas características técnicas muy importantes de seguridad para evitar derrames de hidrocarburos en el mar. Sólo hay 14 empresas en el mundo que hacen estos productos y somos una de ellas. También realizamos una fuerte inversión en otra línea de producto en el segmento petrolero que son las mangueras Rotary que se utilizan en los pozos de extracción. Esto nos permite tener dos líneas de producción, una de 25 metros y otra de 50 metros siendo uno de los cuatro productores mundiales de esta longitud lo que nos permite tener muy buenos resultados. Uno de nuestros distribuidores está en Estados Unidos para entender el grado de exigencia que soporta nuestro producto, habiendo desplazado a importantes competidores internacionales.

¿Cuáles son los estándares de calidad de la empresa?

La calidad es nuestro leitmotiv, en un mercado normal la diferencia está en la calidad. Dunlop Argentina cumple con los requisitos de las normas ISO 9001, API Spec Q1, OCIMF y BS 1435 y, por otra parte, asegura que esta Política de Calidad y los objetivos que de ella se desprenden sean comprendidos e implementados por todos los sectores de la empresa. Pone a disposición los medios, recursos humanos y técnicos que aseguren el efectivo funcionamiento del sistema implementado que permitan cumplir con los objetivos fijados.



¿Cuál es la estrategia de la empresa respecto de su producción?

Una empresa debería poder planificar su estrategia empresarial a 5 ó 10 años, hoy en la Argentina eso no es posible por la actual situación, pero más allá de los condicionantes externos, es necesario que las reglas de juego sean más claras para las empresas que apostamos a producir en el país prestando mucha atención a la competencia desleal de productos extranjeros que no hacen más que intentar contra la producción nacional y las fuentes de trabajo.

¿Qué sector de la industria nacional considera con mayor posibilidad de desarrollo a futuro?

Sin dudas que en el desarrollo futuro del país la minería va a tener un lugar preponderante y allí también estamos apostando con nuestros productos. Hoy la Ley de Minería permite la importación de una serie de productos que se fabrican en el país y que tranquilamente podrían ser sustituidos por los de producción nacional.

¿Qué rol tiene asignado el personal en la estructura de negocio?

Es fundamental y clave para el éxito de cualquier empresa. La elección de los colaboradores directos es vital y de allí la transmisión del pensamiento de la compañía sobre la excelencia en la calidad buscada en el producto al resto de la empresa será vital. Es necesario que cada uno de los actores de la empresa se involucre responsablemente en cada uno de los productos que tenemos para ofrecer al mercado. ■



Netbooks y Zona Wi-Fi

Movistar afianza su liderazgo en Servicios de Datos Móviles

Movistar sigue expandiendo su red de tercera generación por todo el país y lanzando nuevos servicios que la posicionan en un lugar de liderazgo en el mercado de la telefonía móvil.

En la actualidad, la red 3G de la compañía ya cubre a más de 27 millones de personas en más de 150 localidades de toda la Argentina, y seguirá creciendo y desarrollándose durante todo el 2009.

Cristian Magnalardo, gerente de Marketing de Movistar, explicó “que la tendencia mundial de nuestro negocio apunta a brindar servicios convergentes entre movilidad y conectividad, a través de dispositivos portables”.

En ese sentido, la compañía fue la primera operadora en América Latina en lanzar los equipos netbooks de Tercera Generación, que posibilitan la transmisión de datos en forma móvil, con una velocidad de hasta 2.0 Mbps.

“Estos dispositivos, que vienen con modem incorporado, se suman a la estrategia de comercialización de Banda Ancha Móvil de movistar, junto con los nuevos modems USB y los teléfonos 3G, de los cuales hay disponibles varios modelos”, señaló el directivo.



Cristian Magnalardo

La netbook es el resultado perfecto de la convergencia entre la tecnología móvil y el procesamiento de datos con alta performance, siendo sus principales atributos: portabilidad (dimensiones y peso), conectividad (Modem 3G incorporado, Wifi) y performance (procesador, sistema operativo, autonomía).

Por otro lado, la compañía acaba de lanzar Zona Movistar Wi-Fi, un nuevo concepto que posibilita llevar Internet Wi-Fi a todas partes.

“El servicio, que funciona a través de un Router Wi-Fi conectado al modem de Banda Ancha Móvil, permite conectarse y compartir la conexión con otras computadoras, notebooks o teléfonos móviles a la vez, sin necesidad de buscar un hotspot o usar cables”.

De esta manera, los clientes podrán utilizar su Zona Movistar Wi-Fi donde quieran –en sus casas, en oficinas o al aire libre–, con velocidades de navegación

La netbook permite la transmisión de datos en forma móvil, con una velocidad de hasta 2.0 Mbps.

de hasta 2.0 Mbps en condiciones ideales de funcionamiento, y velocidades promedio de 800 Kbps.

Como oferta lanzamiento, la empresa ofrece el Combo Zona Movistar Wi-Fi, que incluye el modem de Banda Ancha Móvil y el Router Wi-Fi, por sólo 199 pesos. Este servicio se ofrece con un abono de Internet ilimitado de 119 pesos mensual.

“Por otro lado, mediante el servicio de roaming 3G, los clientes que viajen al exterior también podrán seguir utilizando las soluciones de tercera generación que ofrece la compañía en 18 países, además de las funciones tradicionales de sus teléfonos móviles”.

Estos lanzamientos se suman al Simulador de Consumo presentado semanas a-



Con Zona Movistar Wi-Fi es posible llevar Internet a todas partes y compartir la conexión con otros usuarios.

trás por la empresa, pensado para aquellas personas que quieran contratar el servicio de Internet móvil. Este simulador ayuda a calcular el plan que más se ajusta a las necesidades de los clientes, en función de la utilización que requieran para mails, navegar, chatear y realizar descargas.

“Con estos productos, movistar continúa afianzando su liderazgo en servicios de Datos Móviles, ofreciendo las mejores y más avanzadas soluciones para sus clientes”, concluyó Magnalardo. ■



AROMA AL COMBO GRANDE QUE NOS COMIMOS



**NUEVO CHEVROLET AVEO
Y TODA LA VIDA QUE VOS
LE QUIERAS DAR**

www.chevrolet.com.ar
800-808-CHEVROLET

SIEMPRE CON VOS



CHEVROLET

LAN celebró su 80° Aniversario



En 1929, el Comandante Arturo Merino Benítez creó la empresa de transporte aéreo nacional, que habría de convertirse en la aerolínea líder de Latinoamérica. La compañía operó por primera vez entre Santiago de Chile y Buenos Aires en 1946, dando inicio a sus vuelos internacionales. Ochenta años después, LAN transporta anualmente más de 13 millones de pasajeros y 660.000 toneladas de carga.

LAN y sus filiales en Chile, Perú, Argentina y Ecuador conectan estas naciones con Europa, Estados Unidos y Pacífico Sur, además de tener una importante presencia en los mercados domésticos de los primeros tres países, a los que se sumará próximamente Ecuador.

Cabe recordar que LAN Argentina inició sus operaciones al servicio de los pasajeros y clientes de carga del país, el 8 de junio de 2005. En la actualidad opera desde Buenos Aires a Córdoba, Iguazú, Bariloche, Mendoza, Salta, Neuquén, San Juan, Ushuaia, El Calafate, Comodoro Rivadavia y Río Gallegos. Asimismo, en abril comenzará a operar a la provincia de Tucumán. Internacionalmente, LAN Argentina opera a cinco destinos: Miami, Lima, Santiago de Chile, San Pablo y Punta Cana.

Actualmente, LAN opera una de las flotas más modernas del mundo -con una edad promedio de aproximadamente 5 años- integrada por 81 aviones de pasajeros y 9 aeronaves cargueras de su filial LAN CARGO. Desde el 2000, LAN es miembro

de **oneworld**, la alianza global que reúne a las mejores aerolíneas a nivel internacional y que recientemente conmemoró diez años de existencia.

De la misma forma, LAN también se ha destacado en el contexto mundial por su sólida posición financiera. En noviembre de 2007, se conmemoraron 10 años desde que la compañía colocó sus acciones en la Bolsa de Valores de Nueva York, convirtiéndose en la primera aerolínea de Latinoamérica que comenzó a transar sus ADR's en Estados Unidos, demostrando seriedad, prestigio y solvencia frente a la comunidad financiera internacional.

“En este año de aniversario, junto con enorgullecernos de los logros alcanzados, queremos agradecer la constante preferencia de nuestros pasajeros y clientes de carga, sin la cual no podríamos haber cumplido estos 80 exitosos años. Continuaremos trabajando para ofrecer el mejor servicio y firmemente comprometidos con el crecimiento económico, social y turístico de los países que servimos así como con el desarrollo de la aviación en Latinoamérica”, señaló Enrique Cueto, vicepresidente ejecutivo de LAN. ■

LAN fue premiada como la línea aérea mejor administrada de Latinoamérica

La prestigiosa revista financiera internacional, **Euromoney**, distinguió a LAN como la línea aérea mejor gestionada de Latinoamérica, de acuerdo al ranking “Best Managed Companies in Latin America”. **Euromoney** anunció los resultados de la cuarta versión del estudio anual elaborado por la revista, donde LAN también fue seleccionada como la compañía mejor administrada y con el mejor gobierno corporativo.



El Banco Provincia
tiene la respuesta
que su Pyme necesita

TASA FIJA

13,80 %

NAV** COSTO FINANCIERO TOTAL

Préstamos para Pymes*: Capital de Trabajo o Adquisición de bienes y servicios hasta \$150.000 con fondos del Programa **ANSES**

Todo es posible si elegimos creer

Banco Provincia

Un experto de tu lado



* Según calificación en los términos de la com. "A" 4628 del B.C.R.A.
**Costo Financiero Total 14,71% EAV. Sujeto a evaluación crediticia y aprobación por parte del Banco. Para mayor información sobre condiciones y requisitos, acérquese a nuestras sucursales o ingrese a nuestra web www.bancoprovincia.com.ar.

Lubricantes biodegradables a partir de aceites vegetales

Científicos de la Universidad Nacional del Litoral (UNL) y el CONICET trabajan para sustituir productos derivados del petróleo por otros biodegradables y provenientes de fuentes renovables. Expertos del INTEC investigan cómo sortear los desafíos técnicos que implican estas nuevas alternativas.



Sustituir materiales tóxicos de origen mineral por otros biodegradables generados a partir de materias primas vegetales es el objetivo de un grupo de investigadores del Instituto de Desarrollo Tecnológico para la Industria Química (INTEC). “Los aceites vegetales, como los provenientes de las oleaginosas, constituyen fuentes de materias primas -de moléculas que sirven para la producción de muchos productos diferentes”, explicó el Dr. Miguel Ángel Baltanás, investigador del INTEC dependiente de la Universidad Nacional del Litoral (UNL) y del CONICET.

Una de las aplicaciones que están siendo estudiadas es el diseño de “biolubricantes” que pueden ser grasas o aceites.



“El desafío es que hay necesidades distintas en cada país. No es lo mismo un lugar donde hace -40 grados, donde requieren un lubricante que no se congele por el frío en el arranque, que los requerimientos de un país que tiene lugares como Santa Fe donde puede hacer 40 grados o más. Un material multipropósito no es fácil de hacer y es ahí donde estamos apuntando”, indicó Baltanás.

Con el desarrollo de sustancias biodegradables se implementa una doble estrategia, ya que por un lado se disminuye el consumo de recursos no renovables y, al mismo tiempo, se evita generar un material que luego debe ser desechado y puede contaminar el suelo y las aguas subterráneas.

“Cada vez que se cambia el aceite de un auto o un colectivo, ese material hay que desecharlo de alguna manera; son miles de toneladas. Si se hacen lubricantes biodegradables podemos evitar esa contaminación”, ejemplificó el experto.

Una de las nuevas líneas de trabajo apunta a producir estos lubricantes a partir de un subproducto de la elaboración de



biodiesel: el glicerol. Se trata de un alcohol que se utiliza en distintas industrias como la química y la farmacéutica. En este caso, los investigadores apuestan, en cooperación con una empresa rosarina, a usar el glicerol como materia prima para el desarrollo de biolubricantes para diversos climas. De esta manera se aprovecha el subproducto sin recurrir a los aceites minerales.

Alternativas verdes

El abordaje, tanto desde el punto de vista académico como en el trabajo conjunto con empresas del sector privado, apunta a superar las dificultades técnicas que implica trabajar con aceites vegetales.

En las sustancias biodegradables se da una contradicción, según lo señaló Baltanás, ya que los aceites vegetales pueden degradarse precisamente porque son más frágiles, lo que dificulta trabajar con ellos. Esto es diferente a lo que ocurre con derivados petroquímicos que no se alteran con el correr de los años precisamente porque al ser tóxicos, los microorganismos no sobreviven en ellos y son por eso más estables.

“Hay que tomar ciertas precauciones al trabajar con aceites vegetales. Si en la fabricación se tiene el cuidado de evitar la exposición a la luz, el oxígeno y la humedad, es posible lograr materiales muy estables”, afirmó. ■

Tarjeta Nativa, el orgullo de ser Nación



Con **Nativa Nación** usted tiene el respaldo del **Banco de la Nación Argentina**, la entidad financiera más importante del país.

Obtenga la tarjeta de crédito argentina que responde a sus necesidades. Para todas sus compras cuente con **Nativa Nación**.

- Fácil de obtener, con mínimos requisitos.
- Accesible y transparente.
- La mejor financiación, con la tasa de interés más competitiva.
- Adelantos en efectivo.

Llámenos al

0810-333-NATIVA (6284)

Consulte en

www.nativanacion.com.ar



HORACIO PINO

MEIP INGENIERIA. UNA EMPRESA CONSOLIDADA EN EL SECTOR DE PETROLEO Y GAS



Meip Ingeniería es una empresa argentina de capitales totalmente nacionales que se dedica desde hace más de 30 años a obras relacionadas con gas natural y petroquímica, ofreciendo una solución integral que incluye desarrollo de ingeniería, fabricación en talleres propios, construcción en obra y montajes. Revista Económica dialogó con su presidente, Horacio Pino.

¿Qué trabajos han realizado y, de acuerdo al actual contexto económico nacional y regional, como ve el desarrollo de los negocios para Meip Ingeniería?

En el mercado regional Meip Ingeniería, mediante una política de expansión y diversificación, ha logrado exportar plantas y equipos a Perú, Chile, Bolivia, Brasil, Uruguay y Venezuela, lo cual permite mejorar el desarrollo de los negocios.

A nivel nacional si el gobierno hace las obras de infraestructura en gas, petróleo y electricidad necesarias para compensar el atraso Meip Ingeniería podría ampliar su nivel de ventas.

¿Cuál fue la fórmula de trabajo que le permitió a Meip atravesar las diversas dificultades económicas del país en los últimos 20 años?

Flexibilidad, rapidez para tomar decisiones y tener personal capacitado y confiable con solidez económica para afrontar las dificultades, crisis y cambios inesperados.

¿Cuáles son las fortalezas de Meip con respecto a sus competidores en el rubro?

Experiencia de más de 30 años en el diseño y construcción de equipos para pe-

tróleo y gas, cumpliendo las obligaciones hacia clientes y proveedores bajo todas las circunstancias, con profesionales, técnicos y operarios capacitados.

¿Cómo logró mantener un buen nivel en los recursos humanos para hacer frente a la demanda de obras?

Mediante la capacitación e integración del personal generando un buen clima laboral, no obstante ello hemos perdido jefes de sector y técnicos, con empresas de mayor envergadura.

¿Cuál es el tamaño de obra y su complejidad en el que Meip se desenvuelve mejor?

Plantas completas llave en mano incluyendo, prefactibilidad, ingeniería básica, de detalle, construcción, montaje y puesta en marcha.

¿Cómo cree que será el desarrollo del negocio en las obras de gas para los próximos años?

En la argentina depende de la política e-

nergética y económica que decida el gobierno.

A nuestro criterio y evaluando los actuales parámetros de producción y consumo, para compensar el desfase entre ambos, durante los próximos 5 años debería haber una inversión importante y suficiente como para mantener capacidad plena de fabricación de nuestro sector.

¿Tienen posibilidades de ampliar su oferta en Brasil?

Potencialmente, nuestra empresa tiene amplias posibilidades de desarrollo en el sector de petróleo y gas de Brasil. ■

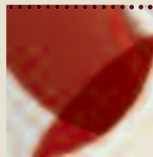


Horacio Pino y Gerard Liener, socios de Meip.



INVERTIMOS PARA QUE NUESTROS AUTOS TE LLEVEN POR UN PAÍS MEJOR.

En Ford creemos que el empleo y el crecimiento son consecuencias de apostar al desarrollo de la economía del país. Por eso hacemos importantes inversiones, aumentamos nuestra producción a 420 unidades por día generando más empleo e incorporamos el nuevo Ford Focus a la producción argentina. Moverse es seguir apostando por el país.



Las PyMEs y la optimización de costos

El 60% de las empresas PyMEs encuestadas por IBM va a migrar su tecnología para optimizar sus costos

Data Centers “Green”, ahorro de energía, virtualización y eficiencia energética, ¿Qué significan?, ¿qué tengo que hacer y cómo?, ¿realmente son un aporte al negocio? Éstas son las preguntas que frecuentemente se hacen las áreas de IT de empresas de todo tipo: ¿Qué impacto tiene el consumo energético sobre mi negocio, condiciona mi crecimiento? La respuesta tal vez sorprenda a muchos. Según un estudio de IDC a nivel mundial, por cada dólar que se invierte en tecnología, el 50% se gasta en consumo de energía, y según una encuesta relevada por IBM, el 60% de las empresas comenzó a migrar a tecnologías Green, la razón es muy sencilla.

Lo primero que tenemos que hacer si queremos entender estos conceptos y apreciar su impacto, es identificar qué necesitan las empresas para ser competitivas. Seguramente mientras leen estas palabras piensan en su propia compañía, en el sitio donde trabajan y concluyan que estos términos aplican solamente a grandes compañías, pero no es así. En toda empresa, la optimización de los recursos es vital para lograr rentabilidad. Todos estos conceptos ayudan a optimizar la energía utilizada para el funcionamiento de la infraestructura IT, cualquiera que ésta sea.

La energía se ha convertido en un factor crítico para el funcionamiento del negocio de las empresas de hoy. Desde las arquitecturas más complejas hasta las más simples que utilice una empresa PyMe, todas necesitan energía para funcionar. Bases de datos, sistemas de gestión de clientes, servicio de mail y mensajería interna, sistemas de facturación, entre otros, funcionan sobre equipos que



a su vez se alimentan de energía. ¿Qué impacto tendría sobre una empresa PyMe en crecimiento, si por restricciones energéticas tuviera que detener su proceso productivo o comercial porque no puede registrarlo, facturarlo o cobrarlo? La tecnología marca el ritmo de crecimiento de las compañías de hoy, de eso no cabe duda.

Las tecnologías Green, como las llamamos hoy en día, están orientadas a obtener un mejor uso de los recursos disponibles. ¿Cómo hacer para explotar el máximo potencial de mis servidores?, ¿cómo hacer que éstos no solamente funcionen al máximo sino que también lo hagan con la mejor relación costo/beneficio para mi negocio?

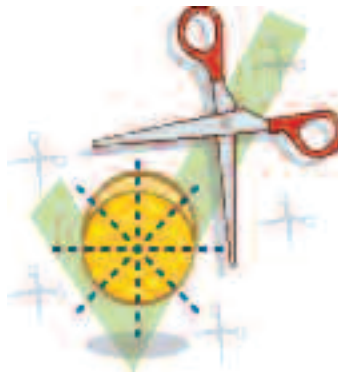
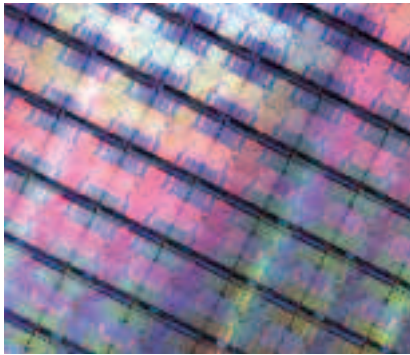
El consumo de recursos energéticos dejó de ser la preocupación de sectores con alta conciencia sobre el cuidado del medio ambiente en países desarrollados, para convertirse en una preocupación global que afecta a todos por igual. Los costos asociados al enfriamiento de los centros de cómputos han aumentado enormemente en los últimos años, dejando

la ecuación desbalanceada. Ésta es una preocupación de hoy y seguramente será también una preocupación durante los próximos años.

Si a esto sumamos la sub-utilización que se le da a los equipos, que de acuerdo a algunas consultoras alcanza el 80% de su capacidad, terminaremos concluyendo que debido al incorrecto uso de la tecnología invertimos cada vez más dinero y obtenemos cada vez menos rendi-



Por Diego Beumont
Gerente de Hardware
de IBM Argentina



miento. Esta ecuación debe cambiar. Las tecnologías “Green” han llegado para quedarse, dando respuesta a una problemática que tal vez muchos no identificaron aún.

La respuesta a la pregunta ¿cómo cambiar? es muy sencilla. Mediante el uso de tecnología “Green” contamos con servidores y equipos que utilizan menos energía y disipan menos calor, a la vez que duplican la performance operativa. La virtualización dinámica nos permite crear particiones dentro de un mismo servidor a las cuales podemos asignarles la cantidad de potencia a utilizar que deseemos, teniendo en cuenta la tarea e inclusive el horario en el que deba desarrollarla, obteniendo como resultado un

incremento drástico en la utilización de recursos y por tanto, más performance entregada por watt consumido. Básicamente lo que lograremos es generar un consumo a demanda (on demand), capitalizando la capacidad de procesamiento en aquellas tareas que realmente resulten críticas en ese momento, de acuerdo a las necesidades del negocio. Pongamos un ejemplo: La mayoría de las empresas corren sus procesos de facturación a fin de mes, mientras que otros sistemas como el de back up se hace a diario. ¿Qué pasaría si durante los primeros 20 días del mes asignáramos el mínimo de capacidad al proceso de facturación, utilizando el remanente para optimizar otros procesos como el almacenamiento?. Si elaboramos una estrategia de virtualización dinámica inteligente, podríamos reducir la cantidad de servidores subutilizados mientras que optimizamos su rendimiento, que como resultado consumirán menos energía y disiparán menos calor.

¿Qué tenemos que hacer?, dar paso a estas nuevas tecnologías para que cada dólar que invertamos sea 100% optimizado y repercuta en beneficio de nuestro medio ambiente y de nuestro negocio. ■

HERNÁN CASTÑEIRA DE DIOS ABOGADO

CONSULTORÍA JURÍDICO EMPRESARIAL EN MERCOSUR Y ESPAÑA
NEGOCIACIÓN Y MEDIACIÓN LABORAL, COMERCIAL Y EMPRESARIAL
PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

AV. BELGRANO 687 P. 8° OF. 33- C1092AAG - CIUDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
EMAIL: HCDIOS@CIUDAD.COM.AR TELFAX (+54 11) 4334-4844 * 4343-2706



Hacia la producción de plásticos biodegradables

El Centro INTI-Plásticos viene estudiando la incorporación de fibras vegetales en compuestos plásticos biodegradables obtenidos a partir de recursos naturales renovables y fibras vegetales, con la finalidad de avanzar en el reemplazo de los plásticos derivados del petróleo.

Los plásticos biodegradables pueden generarse de fuentes renovables como los hidratos de carbono. Los residuos agrícolas, de la industria azucarera y alimenticia, constituyen la opción de suministro más prometedora debido a que no sólo son baratos, sino que su utilización resuelve otros problemas ambientales, convirtiendo desechos en materiales útiles y de valor. El creciente interés en investigar y desarrollar estos materiales se debe a que son degradados y asimilados por una basta variedad de microorganismos y, en consecuencia, representan una buena opción para sustituir a los polímeros derivados del petróleo. En esta dirección, en un proyecto conjunto entre INTI-Plásticos, la Universidad Nacional de San Martín, la Universidad de Buenos Aires y la Comisión Nacional de Energía Atómica (CNEA) se desarrolló un material compuesto a partir de un plástico biodegradable, obtenido a

partir de recursos naturales renovables.

bles y fibras vegetales, con la finalidad de avanzar en el reemplazo de los plásticos derivados del petróleo.

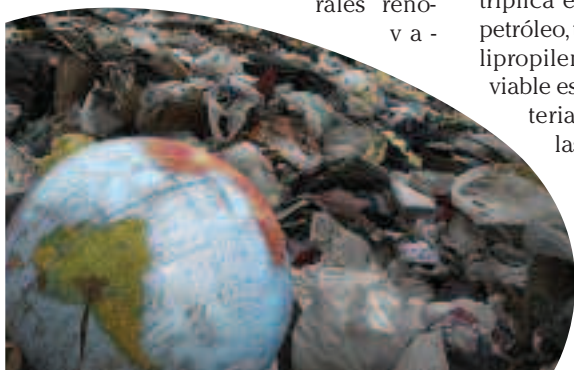
La mayoría de los plásticos sintéticos se obtienen de productos petroquímicos. El desarrollo de materiales a partir de recursos renovables se presenta como un gran desafío para los tecnólogos. Los resultados positivos en este ámbito permitirán incorporar materiales sustentables para aplicaciones cotidianas. Un caso particular involucra a los materiales que están formados por una matriz polimérica biodegradable reforzada con fibras naturales, que al ser descartados bajo condiciones que involucran procesos biológicos aeróbicos (compostaje) se convierten en agua, dióxido de carbono y humus. De esta manera, no sólo se obtiene un material a partir de fuentes renovables sustentables en el tiempo, sino que al ser sus productos de degradación nuevamente re-utilizables (humus) los desechos de estos materiales no producirían acumulación de residuos en el medio ambiente.

Un inconveniente en la utilización de estos plásticos es su elevado costo, el cual triplica el de los plásticos derivados del petróleo, tales como el polietileno y el polipropileno. Sin embargo, una solución viable es la mezcla de polímeros con materiales más económicos, como son las fibras vegetales que provienen, generalmente, de residuos agrícolas. Este tipo de materiales se denominan materiales compuestos, donde para que se combinen las propiedades del material polimérico y las propiedades de la fibra debe



haber una adhesión entre los mismos, es decir, debe existir una buena interacción entre la fibra y el polímero matriz. Si esto no ocurre, las propiedades generales del material resultan inadecuadas. Como es bien conocido, las propiedades finales de los materiales compuestos dependen fuertemente de la adhesión entre la fibra y la matriz. Cuando se logra una buena adhesión, la transferencia de la tensión desde la matriz continua a las fibras dispersas es exitosa y, por lo tanto, incrementan las propiedades mecánicas.

Como resultado de este trabajo se logró con éxito modificar químicamente la fibra de cáñamo, mejorando la interacción entre el polímero y esta fibra natural. De este modo, el Centro de Plásticos del INTI contribuye al desarrollo de un material compuesto biodegradable con la finalidad de poder reemplazar a los plásticos derivados del petróleo en algunos nichos de aplicación como, por ejemplo, cierto tipo de envases para productos orgánicos y plásticos para aplicaciones agropecuarias. ■



EL VOLANTE GIRA, EL CENTRO NO.
LLAMA LA ATENCIÓN. COMO TODO EL AUTO.



NUEVO C4. HUMANIZANDO LA TECNOLOGÍA.

Volante multifunción con comando central fijo para una mayor libertad de conducción, realizando múltiples tareas sin necesidad de apartar las manos del volante, ni los ojos del camino. Esta es una de las tantas novedades tecnológicas que tiene este nuevo C4. Disponible con motorizaciones 1.6i 145CV, 2.0i 145CV, 2.0i 16v BVA 143CV y 2.0 HDi 110CV.

CITROËN

C4

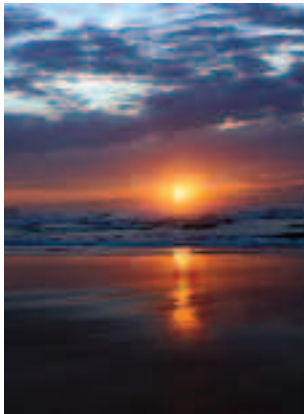


CITROËN



CITROËN profiline TOTAL 0-800-888-CITROËN (2447) www.citroen.com.ar

FOTO NO CONTRACTUAL. CITROËN SE RESERVA EL DERECHO DE INCLUIR Y/O MODIFICAR LAS ESPECIFICACIONES SIN PUEVO AVISO.
CONSULTAR EQUIPAMIENTOS SEGUN VERSIONES



PyMEs: Tiempos

Los empresarios metalúrgicos PYME, atravesamos el infierno a comienzos de siglo e iniciamos una etapa de bonanza, a la que siguió una continua pérdida de rentabilidad.

Ahora, en muchos casos, estamos en situaciones límite. Con algunas variantes estos ciclos se repiten y cuando viene la mala se busca algún chivo expiatorio para que nada cambie. La pérdida de rentabilidad puede asociarse, en primera aproximación, a dos vertientes: la primera en nuestras empresas, quizás debido a tecnologías obsoletas, capital humano con formación deficiente, conflictos evitables, etc. mejorar esto depende de los empresarios. La segunda vertiente no depende de nosotros y compete al Estado (nacional, provincial y municipal), por ende al gobierno de turno. Lo cierto es que la eficiencia que debe tener cualquier empresa depende de las dos vertientes.

En esta nota trataré de explorar, o simplemente mencionar, algunos aspectos que caracterizan a los problemas externos a los empresarios pero que condicionan la vida de cualquier PYME que debe dedicarse a generar riqueza y distribuirla con el mejor método: creando puestos de trabajo digno, bien remunerados y pagando impuesto a las ganancias si es que las hay.

A lo largo de décadas nacieron y crecieron instituciones que influyen directamente sobre el sector productivo. La más antigua es la Aduana que viene del siglo dieciocho, sin cambios conceptuales, creciendo en tamaño y complejidad. Otra antigua es la Inspección General de Justicia, que regula y vigila las empresas desde el punto de vista jurídico. Podemos mencionar otras, como el RIN, los sindicatos y diversos entes recaudadores nacionales, provinciales y municipales, con AFIP a la cabeza; entre las más modernas están las ART y las que velan por la ecología.

Las instituciones mencionadas funcionan de hecho, como corporaciones, solo les interesa su futuro. Cuando requerimos sus servicios, muchas veces somos tratados como perturbado-

res. Esto es así porque mientras dormimos crecen: Expedientes, normas, disposiciones, resoluciones, proyectos de ley y demás engendros, que hacen imposible aun para un especialista en el tema, estar al día con la normativa que debemos cumplir. Estas corporaciones terminan siendo fuentes de trabajo espurio, con más costos que beneficios. Todas participan del concepto "cuanto más grande mejor" típico de la época del comienzo de la revolución industrial, cuando cientos o miles de obreros de mínima calificación compartían un mismo techo y el trabajo era esencialmente manual, eran empresas "manufactureras". Esta concepción del sistema productivo no favorece la república pues exige que cualquier negociación debe hacerse entre grandes. Sin embargo, actualmente está comprobado que el tamaño es secundario y lo fundamental es la calidad, la capacidad de innovar y de generar valor.

La nueva realidad permite asociaciones enriquecedoras para todos, grandes y chicos, pero la corporación clásica pretende que las PYMES se adapten a sus caprichos.



Para tratar temas laborales, tributarios, previsionales, aduaneros, de riesgos del trabajo, etc. se requiere una caterva de expertos matriculados y profesionales que solo agregan costos. Frente a esto, el empresario tiene tres caminos: 1) Dedicarse él mismo a resolver los temas. En la mayoría de los casos lo puede hacer porque solo se requiere saber leer y escribir. Por este camino perderá un tiempo valioso haciendo lo que nadie debería hacer y quizás termine pagando por alguna firma reconocida en algún "Colegio". 2) Un segundo camino es contratar a profesionales, asesores y demás, esto le va a costar caro y es posible que los problemas en lugar de resolverse, se agranden. 3) El tercer camino es no hacer nada. Esto, a corto plazo, lo llevará a estar al margen de la ley y a la larga le resultará la opción más cara. La conclusión es que los tres caminos lo llevan a ser ineficiente y le exigen tener una rentabilidad solo posible en época de "vacas gordas"

Algunos temas, como los riesgos del trabajo, son de una inequidad tal que le quitan el sueño a cualquier empresario PY-

de Cambio

ME, pues se arriesga a perder hasta su vivienda (si no es bien de familia)

por causa de imprevistos que no controla. Pero hay

algo que le exige continuar la lucha pues su jubilación será como **Autónomo** y sabe que con ese retiro tendrá un final indigno a no ser que trabaje hasta el último día.

Frente a este estado de cosas, es tradición empresaria esperar que los funcionarios políticos y de carrera idóneos (siempre los hubo) trabajen a favor. Sin embargo, si miramos de cerca el panorama, los cambios necesarios para alcanzar una eficiencia mínima, requieren un conocimiento, un tiempo y un esfuerzo que supera cualquier posibilidad de éxito, si todo deben hacerlo ellos. La maraña de regulaciones, leyes, normas y demás entes creados por las corporaciones, es un impenetrable. En diversas oportunidades llegamos a ser "eficientes" mediante: modificación de aranceles, devaluación de nuestra moneda o con bajos salarios. Todos instrumentos válidos alguna vez, pero cuando siempre se vuelve a los mismos, todo indica que el cambio requerido es otro. Si no lo encaramos de una vez por todas, siempre será pan para hoy y hambre para mañana.

Las desgracias mencionadas, no son un invento argentino, países que hoy son desarrollados pasaron por otras similares y las superaron. La mayoría de los que lo hicieron rápido y de forma "eficiente" pagaron costos enormes (guerras y demás) que en



nuestro caso felizmente no tuvieron lugar. Sin embargo, esta falta de "cataclismos" tiene su costo, pues induce a pensar que con alguna próxima picardía (lo *atamo* con alambre) vamos a poder recuperar el tiempo perdido. Al comienzo de cada ciclo parece ser así porque ignoramos la historia, pero esta no se repite. Esta vez se requiere un enorme esfuerzo para aunar voluntades orientadas a lograr un fin superior, previamente consensuado entre los consumidores y los generadores de riqueza, o sea entre todos.

La situación exige de los empresarios propuestas inteligentes que simplifiquen y den mayor seguridad jurídica y eficiencia a nuestras empresas. Solamente las estructuras simples, sean estas jurídicas o físicas, resultan confiables y eficientes. Propuestas bien fundadas y procesos de mejora continua, que colaboren con los buenos funcionarios de turno y exijan que se trabaje racionalmente. Deben ser proyectos endógenos y autónomos, basados en nuestros recursos naturales y en la enorme posibilidad que tiene una asociación inteligente con los países vecinos. Debemos superar situaciones penosas como las actuales, donde se trata de ayudar a multinacionales que son castigadas en sus países de origen por su comportamiento abusivo, mientras que miles de nuestras PYMES están abandonadas a su suerte. Es cierto que la obra pública parece un paliativo para reducir el desempleo pero esa enorme inmovilización de riqueza suele repartir frutos lentamente y la generación de empleo es otra ilusión del pasado. Cada día que pasa, por efecto de la tecnología, las grandes obras son más intensivas en capital y menos en mano de obra.

Alguien ha dicho que la única revolución no sangrienta se hace a través de la educación, en este caso la educación necesaria para formar ciudadanos con la capacidad técnica que los proyectos requieran y no para ir a recorrer el mundo mostrando cuán inteligente somos. La crisis actual es una excelente oportunidad para iniciar cambios y poner energía en proyectos serios; las posibilidades son enormes, hace falta más coraje y menos espectáculo. Si no lo hacemos otros vendrán a hacerlo por nosotros pues no estamos solos, en ese caso quizás nos arrojen alguna migaja por ser nativos. ■



Por Horacio Martínez
(Federación de la Industria
Naval Argentina)



Acuerdo de Complementación Productiva entre Argentina y Brasil

Teniendo como base **el Acuerdo Marco Internacional de Reciprocidad, Cooperación y Complementariedad** suscrito entre la Federación de la Industria Naval Argentina (FINA) y el Sindicato Nacional de la Industria de la Construcción Naval Brasileña (SINAVAL, Institución de ámbito federal que representa a más de 26 empresas de construcción brasileña, integrando la Confederación Nacional de la Industria Brasileña) firmado en Rio en agosto del 2008, se apuntó a crear una visión regional haciendo fuerza para competir en el mercado mundial de construcción naval. Asimismo, permitiendo que astilleros locales tanto de Argentina y Brasil utilicen sus gradas en forma conjunta para cumplir las necesidades de los armadores de ambos países. El presidente de SINAVAL, A-

riovaldo Rocha, expresó que “existe una complementariedad natural entre los astilleros argentinos y brasileros que claramente deber fortalecer la generación de empleos y renta para los 2 países”.

Estos conceptos fueron claramente ratificados en **“el Primer Encuentro Empresario Binacional para el Desarrollo de Estrategias de Cooperación y Articulación Productivas”**, realizado en Buenos Aires en agosto del año pasado, con la presencia de los presidentes de Argentina y Brasil, Cristina Fernández de Kirchner y Luiz Inácio Lula Da Silva, respectivamente, y la participación de más de 200 empresarios brasileros. En dicho encuentro se precisó que en un contexto de alta volatilidad financiera la cooperación productiva emerge como una respuesta óptima por parte de la actividad

empresaria y, por lo tanto, en ese encuentro se decidió como estrategia de ambos países avanzar en la concreción de acuerdos de cooperación sectorial entre empresas argentinas y brasileras. De esta manera se favorecerá la integración productiva, el desarrollo de las cadenas de valor y se potenciará la inserción competitiva en



los mercados internacionales con particular interés en el caso de las PyMEs.

En la reciente reunión producida en San Pablo, en el marco de la FIESP y la UIA “Semana Argentina en San Pablo”, coordinada por la Subsecretaría de Comercio Internacional de la Cancillería Argentina a cargo del Embajador Luís María Kreckler, que contó nuevamente con la presencia no solo de los ministros de producción de ambos países, sino también, con la presencia de los dos presidentes, tanto de la Argentina como de Brasil. El presidente Lula Da Silva en su exposición señaló con claridad la necesidad de llevar adelante los acuerdos necesarios entre la Argentina y Brasil específicamente en la actividad de la industria naval. Asimismo, apuntó a que deben potenciarse los programas de desarrollo de la industria naval argentina y brasileña analizando planes de financiamientos, garantías y diversos programas



que abarquen por lo menos un periodo de 10 años.

Es un objetivo de los presidentes consolidar la industria de la construcción naval a través de obras para Petrobrás y Transpetrol dentro de un plan de modernización y expansión de la flota y embarcaciones de apoyo especialmente a Petrobrás. En este objetivo la industria naval argentina a partir inclusive de empresas binacionales tiene la oportunidad de contribuir lo que a la fuerza se deberá traducir en mayor empleo de trabajadores de sectores de ambos países.

El propio presidente de la FIESP Paulo Skaf se mostró sumamente interesado en la actividad del sector manteniendo reuniones en el marco de la UIA interiorizándose sobre la potencialidad de esta actividad.

Es muy posible que cualquier acuerdo sectorial requiera establecer un acuerdo de financiamiento y para ello es necesario tener algún tipo de inventario sobre las normativas que uno y otro país poseen y que requieran algún tipo de concordancia. En esto esta trabajando la Federación de la Industria Naval Argentina plante-



ando un trabajo (financiado por los propios empresarios argentinos) que revista no solo el marco jurídico que puede respaldar un protocolo de complementación productiva como el que se firmó entre FINA y SINAVAL, sino que se analizaran los programas de desarrollo que cada uno de los países tiene.

La idea de fortalecer el MERCOSUR no descarta, como en este caso, la opción bilateral entre sectores. Muy por el contrario, estos son síntomas de maduración para avanzar en formulas novedosas que podrían permitir el mecanismo de adhesión

de los otros países miembros del MERCOSUR. No podemos olvidar que los acuerdos sectoriales dieron origen al proceso de integración bilateral que comenzó en el año 1985, y que posteriormente dio origen al tratado de integración. La FINA fue uno de los firmantes sectoriales por el sector de la industria en ese momento. Por otro lado, no podemos olvidar los acuerdos de complementación económica firmados entre Argentina y Brasil que tuvieron justamente por objeto el fortalecimiento del mercado común entre ambos países. Es posible entonces incluir acuerdos sectoriales de esta naturaleza que formen parte del grupo mercado común. Será entonces luego de una discusión técnica la necesidad o no de que dichos acuerdos sean refrendados por el parlamento. Lo que sí hay que tener claro es que la vocación de un acuerdo de complementación en la industria naval por parte de sus principales actores, los trabajadores, empresarios y ejecutivos políticos de ambos países, se encuentran firmes y la capacidad de producción y la necesidad del armamento de la región lo requieren. Es una responsabilidad ineludible llevar adelante los trabajos necesarios para ser de estos proyectos una realidad. ■

Banco Galicia
felicita a la Revista Económica
en su 24^º aniversario.

Qué sabrá este jubilado...

Es cierto. La crisis nos afecta a todos. Pero también es cierto que a algunos los afecta más que a otros.

Tomemos por caso esa entelequia que recibe distintas denominaciones, a cual más rimbombante: responsabilidad social empresaria, responsabilidad social corporativa, ciudadanía empresaria, etc., etc., etc.. Para ahorrarnos tinta, digamos RSC, ¿ok?

Asumo que el paciente lector de Revista Económica algún interés o vinculación tiene con el mundo empresarial. Así, calculo que en los últimos quince años habrá gastado un par de cafés con colegas acerca de la existencia o no de la RSC, como quien discurre sobre la probable realidad del Yeti.

Tengo para mí que por estos lares tenemos peculiar habilidad para degradar conceptos, métodos y prácticas que en el Primer Mundo funcionan, y que aquí deambulan entre la ineficacia y la corruptela. Así ocurrió en el pasado con hitos del “fashion management”: desde la MBO hasta la reingeniería, desde el “Six Sigma” hasta el “Balanced Scorecard”. La crisis en Argentina parece apurar la inscripción entre lo que “ya fue” entre nosotros a las RSC.

Un dato de la realidad es el recorte –o en el mejor caso el congelamiento– de fondos y programas sociales que dependen de financiación corporativa. La explicación off the record alude a las perspectivas sombrías que proyecta la crisis. Pero este no es más que un caso más de la peculiar forma que tenemos los argentinos de plantarnos ante los desafíos trascendentes, y que nos han llevado a ser la potencia universal que somos...

Con muchísima menos sagacidad que nuestros ejecutivos vernáculos, un jubilado yanqui que algún maravedí aporta a causas sociales, mantiene una posición irracionalmente distinta a nuestra tijera nacional e impopular. Guillermo Gates –Bill para los amigos– acaba de ser erigido como el hombre más rico del mundo en 2008, puesto que reconquistó de manos de Carlos Slim. Atención: Gates demostró –además de tener una ponchada de dinero– que es el mejor preparado para adaptarse al contexto de crisis global, en el que prevaleció. Algo sabrá del tema con que cuenta. Este dato da mayor valor a la opinión que el padre de Microsoft vertió sobre el compromiso social de quienes más tienen en la primera Carta Anual que da a conocer sobre su trabajo en la Gates Foundation², a fines de enero de este año.

No creo que haya sido casualidad en un texto de tal importancia el que sólo se hayan dedicado a la crisis económica 2 de sus 20 páginas, ni que el 70% del texto se focalice específicamente en los resultados concretos y desafíos pendientes de la Fundación Gates. La primera lección, por deducción, sería: “En medio de la crisis, enfóquese en la MISIÓN”.

Pero el documento –cuya lectura íntegra aconsejo– contiene más conclusiones que deberían servir de hoja de ruta para los responsables de las acciones de responsabilidad social de las empresas.

Así, la carta comenta en su último capítulo la cuestión de la actual crisis económica (“The Economic Crisis”, pp. 17-19)³:

El horizonte. Gates visualiza la presente como una crisis de largo plazo, cuya resolución no puede advertirse sino en un lapso de 5 a 10 años. Vale decir que este contexto no es un dato circunstancial, sino que constituye el framework de cualquier planificación a mediano o largo plazo.

La clave es innovar. En el largo plazo, Gates se muestra muy optimista en la resolución de la crisis, sobre la





“Creo que los más ricos tienen la responsabilidad de invertir en el tratamiento de la injusticia. Esto es especialmente cierto cuando las limitaciones de otros son tan grandes. De otro modo, saldremos de la crisis económica en un mundo que será aún más desigual, con mayores inequidades en salud y educación y menores oportunidades para que la gente mejore sus vidas. No hay razón para aceptar eso, cuando sabemos como hacer enormes beneficios en el largo plazo”.

BILL GATES, Carta Anual 2009¹

base fundamental de la capacidad de innovación en todos los campos, como impulsora de la resolución de los problemas estructurales que generaron el actual status quo. Esta salida, como se sabe, implica no MENOS sino MÁS inversión en el corto y mediano término.

Foco en la misión. “La meta de nuestra fundación es hacer inversiones cuyo beneficio para la sociedad sea más alto que pagar el mínimo para mantener el fondo de la fundación por el mayor tiempo posible”. Como ya adelanté, el informe dedica a las cuatro áreas en las que la fundación presta servicios (combate contra la mortalidad infantil, desarrollo agrícola, educación en EE.UU. y lucha contra la polio, el sida y la malaria) el 66% de su contenido. Sólo un 13% se refiere directamente a la crisis económica global.

Compromiso 2009. A pesar de reconocer el impacto que la crisis ha tenido en los activos de la fundación –una caída del orden del 20%– Gates compromete un incremento del apoyo económico que destinara la entidad, de U\$S 3.300 millones en 2008 a U\$S 3.800 millones en 2009. Esto representa un 7% del total del activo de la fundación, estimado en alrededor de U\$S 55.000 millones.

Inversión social del sector público. La carta sostiene el rol indispensable del gobierno en el sostenimiento de la inversión social de largo plazo, como por ejemplo en educación.

Ayuda internacional. Gates enfatiza en la necesidad de que –a pesar del actual contexto recesivo– se incrementen los fondos de ayuda internacional que aportan los países más desarrollados. Más aún, desliza una diplomática pero directa crítica al gobierno italiano, al que identifica como la excepción al sostenimiento de la política de ayuda internacional, la que ha sido recortada del presupuesto de la gestión Berlusconi.

Mantener el interés público. El mensaje destaca la importancia de mantener el interés del público en los temas relativos a necesidades sociales. Para ello, invita a difundir casos de éxito y a procurar que “...la injusticia que está fuera de la vista no esté fuera de la mente”.

Un dato más. Usted ya sabe que muchos de nuestros gurúes nacionales aplicaron a sus planes de RSC la estrategia de “cerrar la canilla”. El ignorante de Bill, por el contrario y justamente invocando la crisis, decidió AUMENTAR los fondos que su Fundación destinará en 2009 a los proyectos en curso.

¿Y si el jubilado tiene razón? ■



¹ Traducción libre del autor de este artículo del original en inglés.

² Puede obtenerse un ejemplar en <http://www.gatesfoundation.org/annual-letter/Pages/2009-bill-gates-annual-letter.aspx>

³ Una versión ampliada se encuentra en mi blog www.3rdsn.wordpress.com

Banco Patagonia

PRIORIDAD POR LA EDUCACION

Banco Patagonia, es una entidad con un activo compromiso por la educación en general y, en particular, con una marcada vocación por la educación superior. En este sentido la entidad ha desarrollado el Programa Universidades que se sustenta en cuatro pilares que vinculan al Banco con los diferentes integrantes de las Casas de Altos Estudios y las Universidades de modo integral.



El pilar fundamental del Programa Universidades, es la Relación Institucional Banco-Universidad. No sólo abarca el pago de sueldos de docentes y no docentes, sino también el pago de Becas de las cuales el banco es socio aportante.

Como ejemplo de Becas de ayuda económica a Alumnos se encuentra el aporte que se realiza al proyecto Graduados por más Graduados de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y las becas para ingresantes con situación económica comprometida de la Universidad Nacional de Cuyo.

Asimismo se encuentran los aportes de Becas a la Universidad Nacional de Salta, a Universidad Nacional de Formosa (UNAF), que en varios casos son otorgados a estudiantes que provienen de los pueblos originarios de la provincia, con dificultades para acceder a la formación superior. Además, se realizan aportes para becas de investigación y fondos de capacitación docente y no docente.

Esta relación comprende también numerosas acciones realizadas en coordinación con el área de Responsabilidad Social Empresaria del Banco, entre las cuales es posible señalar diferentes donaciones de equipamiento y mobiliario. En lo que va del 2009, ya se han comprometido 25 pcs de última generación para la recientemente creada Universidad Nacional de Río Negro, y otros equipos para las

universidades de Mar del Plata, Misiones y Chaco Austral.

También es importante la participación de la institución en seminarios, jornadas y otras actividades académicas y de extensión universitaria que llevan a cabo las Casas de Estudio, incluyendo aportes económicos y de material didáctico que permiten a las Universidades la concreción de dichas iniciativas.

El segundo pilar del Programa Universidades es el pago de haberes a docentes y no docentes de las Universidades; adicionalmente al pago de otros conceptos como becas, pasantías, etc.

Tras la obligatoriedad del pago de haberes por acreditación en cuenta de una entidad bancaria dispuestos en los años 1994 y 1997, para el ámbito público y privado respectivamente, Banco Patagonia se especializó en el pago de sueldos convirtiéndose con el tiempo en el Banco Privado Nacional líder en el pago de haberes a la Administración Pública Nacional, con una especial vocación por el Segmento Universidades. Dentro de esta especialización reviste una gran importancia el ser el banco pagador de haberes de 14 de las 40 Universidades Nacionales: Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo), Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP), Universidad

Nacional del Sur (UNS), Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (UNPSJB), Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ), Universidad Nacional de Salta (UNSA), Universidad Nacional de Gral. San Martín (UNSaM), Universidad Nacional de Misiones (UNAM), Universidad Nacional de La Rioja (UNLAR), Universidad Nacional de Formosa (UNAF), y las incorporadas en los últimos años por ser universidades recientemente creadas: Universidad Nacional de Chilecito (UNDeC) y Universidad Nacional del Chaco Austral (UNCAus). Asimismo son clientes de plan sueldos de Banco Patagonia algunas facultades regionales de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN), como ser las Regionales Bs. As. y Gral. Pacheco.

“Nuestra experiencia en la atención personalizada a las Universidades Nacionales se inicia con los primeros convenios firmados en los años 1996 y 1998 que se han mantenido y renovado a lo largo de los años aportando respuestas superadoras en términos de productos y servicios ofrecidos a las Universidades y manteniendo el más alto standard de calidad de servicio” señaló Alejandro Mella, Gerente Comercial de Plan Sueldos.

El tercer pilar del mencionado Programa comprende el servicio para **alumnos** de las casas de altos estudios, entre los cuales se puede mencionar la Creden-



cial Patagonia Universitaria, la Cuenta Patagonia Universitaria y la Tarjeta de Crédito Visa Universitaria, entre otros.

Por último el Programa Universidades se ocupa de los **graduados** universitarios a través de la oferta de préstamos especialmente diseñados para la financiación de Maestrías y Posgrados.

Adicionalmente, Banco Patagonia desarrolla el Programa de Jóvenes Profesionales desde el año 2000, acentuando su vocación por buscar jóvenes talentos del ámbito universitario para su desarrollo dentro de la organización.. Cabe destacar que más de 70 jóvenes se han incorporado al equipo de trabajo de Banco Patagonia, formando parte actualmente del staff efectivo dentro del Organización y desempeñándose en áreas centralizadas del Banco y/o en la Red de Sucursales a lo largo de todo el País. ■

NUEVO CAJERO AUTOMATICO EN LA UTN FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

Banco Patagonia inauguró un nuevo cajero automático en la Facultad Regional Buenos Aires, en el barrio porteño de Villa Lugano. Este cajero está preparado para atender las necesidades de más de 1800 docentes y no docentes, y por su localización estratégica, también puede ser utilizado por los vecinos de la zona.



Acerca de Banco Patagonia

Banco Patagonia es uno de los principales bancos de capital nacional del país. Por medio de sus 153 puntos de atención distribuidos en las capitales y principales ciudades del interior, ofrece servicios financieros a más de 700.000 clientes individuos, 15.000 microempresas, 10.000 pequeñas empresas y más de 1.800 grandes empresas.

Activos: 8.938,5 millones de pesos
Depósitos: 5.245,9 millones de pesos
Patrimonio neto: 1.556,1 millones de pesos
Préstamos: 3.735,7 millones de pesos
Centros de atención: 153
Cajeros automáticos: +250
Terminales de Autoservicio: 95



Michael Dieckmann
de Allianz

ALLIANZ, RESULTADOS FINANCIEROS DE 2008

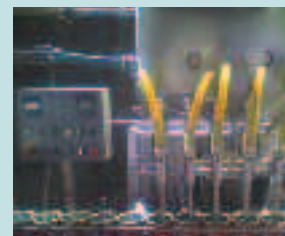
En el segmento de seguros y manejo de activos, Allianz líder europeo en seguros y servicios financieros, registró un resultado operativo de € 7,4 billones y un beneficio neto de € 4 billones. Aunque la Compañía es rentable en su negocio principal, el

Grupo en su conjunto contabilizó una pérdida de € 2,400 millones, producto de la venta del Dresdner Bank.

A nivel local, Allianz Argentina reportó al 31 de diciembre de 2008 un crecimiento en el volumen de negocios del 26.4% y por tercer año consecutivo obtuvo el mejor indicador de solvencia versus las top del mercado de seguros.

SUIZA CUADRUPLICA SU CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

SUIZA, empresa argentina líder en la producción y comercialización de productos de limpieza, ha incorporado una nueva línea de llenado para la Cera Suiza en pasta y la Cera Suiza Líquida, que le permite maximizar su capacidad de producción e incrementar



sus ventas. Hasta ahora la capacidad de producción era de 900 latas en 60 minutos, con la nueva maquinaria la cantidad aumenta a unas 1400 latas en el mismo tiempo, logrando una capacidad máxima de 4800 latas por hora.

LAN

LAN incorporó la Responsabilidad Empresarial como un compromiso clave de su gestión, que le permite integrar el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente al desarrollo estratégico de la Compañía.



LAN incorporó la Responsabilidad Empresarial como un compromiso clave de su gestión, que le permite integrar el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente al desarrollo estratégico de la Compañía.

Cada una de las acciones, que se ejercen en este ámbito afianza los VALORES de LAN como compañía: Seguridad - Eficiencia - Calidez - Superación.

LAN desarrolla su campaña de Responsabilidad Social implementando el programa **Volemos Juntos** que integra 3 áreas, Acción Social, Turismo Sustentable, Medio Ambiente.

En Acción Social LAN desarrolla tres programas: **Todos Podemos Volar**, que fue Declarado de interés por el Ministerio de Educación de la Nación y tiene como objetivo promover la educación premiando a los mejores desempeños de colegios de bajo recursos con un vuelo bautismo.

Todas las semanas, un grupo de 11 alumnos de 5° y 6° es acompañado por 2 maestras y 2 voluntarios de LAN, en un nuevo viaje que



les permite disfrutar de su primera experiencia de vuelo y descubrir los procesos relacionados con la aeronáutica de una manera didáctica y entretenida.

Desde los inicios del programa en el 2005, más de 850 chicos y 170 maestros volaron por primera vez. A su vez, más de 85 voluntarios LAN acompañaron a los alumnos en su viaje.

Un Techo Para Mi País, LAN se unió a la Fundación que lleva ese nombre y apoya el desarrollo sustentable posibilitando la construcción de viviendas de emergencia para familias en situación de pobreza marginal, y les brinda un techo más digno para vivir y educar a sus hijos.

Iniciativas Solidarias, LAN también responde a las necesidades inmediatas de comunidades e instituciones que trabajan por el bien común. Atiende las preocupaciones de comunidades en situación de emergencia y, al tiempo que organiza colectas internas de productos de primera necesidad, pone a disposición de embajadas, organizaciones e instituciones de bien público las bodegas de sus aviones para enviar donaciones a provincias o países en los que opera.

En el área de Turismo Sustentable, LAN apuesta a un proyecto que comparte junto a la Asociación Responde: **Desarrollo de Poblados Rurales**. Con el objetivo promover el crecimiento de pueblos rurales brindando oportunidades de desarrollo, vinculadas con el turismo sustentable, LAN apadrina en primera instancia a Chilibroste, un pequeño pueblo al sudeste de Córdoba.

Entre las acciones para el cuidado del Medio Ambiente, LAN realizó la renovación de su flota de cabotaje integrada en su totalidad por modernas aeronaves Airbus de la familia A320, muy eficientes en el consumo de combustible, lo que influye directamente en la disminución de las emisiones de dióxido de carbono, además de reducir los niveles de ruido y la contaminación acústica.

Además, LAN Airlines lidera en Latinoamérica la iniciativa "Green Aviation Partners" creada por IATA que incluye la incorporación de los criterios medio ambientales en las decisiones diarias. ■



NUESTRAS PUERTAS ESTÁN ABIERTAS
PARA QUIENES BUSCAN EXPORTAR
Y ABRIRSE AL MUNDO.



Somos el banco público que se especializa en otorgar créditos para exportar. Por eso, si busca abrirse al mundo, cuente con el BICE.

Banco
de Inversión
y Comercio
Exterior



Daniel Martini

EDESUR



“En EDESUR, el concepto de Responsabilidad Social está directamente relacionado con el desarrollo sostenible y se ubica en la base de la pirámide de nuestra estrategia orientada por la misión, los valores, los ejes estratégicos de la gestión y la adhesión de la empresa al Pacto Global”, afirma Daniel Martín, Gerente de Comunicación de la empresa.

¿Cómo interpreta EDESUR la Responsabilidad Social Empresaria?

En EDESUR, el concepto de Responsabilidad Social está directamente relacionado con el desarrollo sostenible y se ubica en la base de la pirámide de nuestra estrategia orientada por la misión, los valores, los ejes estratégicos de la gestión y la adhesión de la empresa al Pacto Global.

La Responsabilidad Social atraviesa toda la organización y compromete a todas las áreas de la compañía donde se hace visible a través de acciones relacionadas con la calidad, la seguridad, el medio ambiente, los empleados, los proveedores, los accionistas, la comunidad y cada uno de los diferentes grupos de interés con quienes se relaciona la compañía.

¿De qué forma se refleja el compromiso sostenido por la empresa y la manera en la que lleva adelante su negocio en relación con todos sus grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, proveedores, sociedad y medio ambiente?

Uno de los elementos fundamentales en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria es la relación que EDESUR establece con sus distintos grupos de interés. En este sentido el compromiso que la empresa establece con sus grupos de interés, procura mejorar en forma sustentable, las condiciones del negocio y la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.

Con los empleados

Nuestros colaboradores llevan sus funciones en forma independiente y objetiva, en interés de los objetivos de la empresa. Además de incentivar la participación y la presentación de ideas y sugerencias, estimulamos a nuestros colaboradores en la gestión de proyectos. El Programa de Gestión de la Innovación permite implementar un proceso sistemático de innovación en los productos, servicios y procesos, con una fuerte base en el liderazgo y compromiso de nuestros recursos humanos. Un ejemplo es el programa “EDESUR INNOVA: con las ideas de su gente”. En el 2007 se presentaron un total de 137 proyectos, de los cuales 66 pasaron a la etapa de profundización de la idea. También se realizaron aproximadamente 10 prototipos y se implementaron 5 proyectos.





Con los clientes

Nuestra reputación se ha establecido en base a la calidad y la confiabilidad de nuestros servicios. El compromiso con la satisfacción de nuestros clientes se refleja en el respeto a sus derechos y en la búsqueda de soluciones que atiendan a sus intereses, siempre en concordancia con los objetivos de desarrollo y sustentabilidad de la empresa.

Brindamos a nuestros clientes una atención eficiente mediante el Centro de Contacto EDESUR, a través del cual los clientes pueden canalizar sus consultas, reclamos o cualquier tipo de requerimiento.

Con los proveedores

Nuestra meta al llevar a cabo nuestras transacciones de compras es asegurar una fuente de suministros continua y confiable. Consideramos a nuestros proveedores socios y esperamos que los mismos obtengan beneficios razonables. La elección y contratación de los mismos siempre se fundamenta en criterios técnicos, profesionales, éticos y en las necesidades de la empresa.

Con los accionistas

Nos esforzamos por lograr el mayor beneficio para nuestros accionistas manteniendo nuestra posición y reputación como una de las principales empresas de servicios, protegiendo las inversiones de los accionistas y ofreciéndoles información completa y oportuna.

Con el Sector Público

En todo momento y proactivamente, brindamos a las autoridades y empleados del sector público la información pertinente y prestamos nuestra colaboración para encontrar soluciones posibles y realistas. Actuamos con confianza, dentro de los parámetros de actuación de la empresa, observando siempre los más elevados principios éticos y el respeto a las leyes y normas vigentes.

Con las entidades gremiales

Ratificamos nuestro compromiso con la defensa y el establecimiento de los derechos humanos, mediante el estricto cum-

plimiento de las normas legales y los acuerdos suscritos con las entidades gremiales, asegurando a cada uno de los trabajadores convenionados o no el pleno ejercicio de los derechos derivados de la relación laboral. En este sentido, se han mantenido armoniosas relaciones con las dos entidades gremiales que representan a los trabajadores convenionados y se han concertado, en este ejercicio, acuerdos extraordinarios con cada uno de los gremios, orientados a paliar el impacto inflacionario en los ingresos del personal.

¿Qué acciones concretas han realizado en 2008 y qué proyectan para 2009?

EDESUR considera una parte esencial en la gestión de EDESUR el desarrollo de la comunidad, el bienestar de los niños, la integración de personas con capacidades diferentes, la concientización y la información sobre el uso seguro y eficiente de la energía eléctrica.

En ese escenario y a pesar de las condiciones adversas para el desarrollo del negocio, fieles al compromiso asumido y a los valores definidos en el proyecto corporativo, durante el año 2008 se han desarrollado, entre otras, las siguientes acciones, que tendrán continuidad durante el presente año: Campaña de publicidad institucional con distintos programas e iniciativas, EDESUR asumió durante 2008 el objetivo de difundir información y educar a los niños de edad escolar, en el uso seguro y eficiente de la energía eléctrica, poniendo especial énfasis en las campañas de ahorro de energía.

La Campaña "EDESUR por los chicos" enseña por 11 años consecutivos conceptos básicos sobre el uso seguro, eficiente y racional de la energía eléctrica a los niños de jardín de infantes y realizó una obra especialmente creada para alumnos sordos de escuelas de nuestra área de concesión. También se desarrollaron campañas denominadas Espacio de Juegos EDESUR. Búsqueda de chicos perdidos. Colaboración con comedores infantiles. Programa de reciclado de papel y de tapitas de plástico y, en la Cultura, EDESUR sigue ofreciendo en sus oficinas comerciales un espacio para continuar con la promoción del arte y la cultura e integrar personas con capacidades diferentes. ■



Aerolíneas Argentinas gestiona el reequipamiento de su flota

Equipos de trabajo de Aerolíneas Argentinas y de la empresa europea Airbus se reunieron en Buenos Aires para avanzar en aspectos relacionados con el proceso de reequipamiento de flota, una de las prioridades de la nueva gestión de la compañía aerocomercial argentina.

Austral incorporó una nueva aeronave a su flota

Una nueva aeronave MD se incorporó a la flota de Austral Líneas Aéreas, siendo este el último avión, de un grupo de tres, que se suma en los últimos noventa días. La aeronave, un MD-88, matriculada LV-BXA, es similar a las incorporadas el pasado diciembre y a fines de enero de este año y forma parte del proyecto de recuperación de los medios aéreos y de la política activa en materia aeronáutica comprometida por la actual gestión de la empresa. ■



Grupo BBVA Nuevo director de Comunicación e Imagen



Gregorio Panadero se incorporó a BBVA como nuevo director de Comunicación e Imagen. Sustituye en el cargo a Javier Aysu que anunció la semana pasada su salida del Grupo, después de 12 años, para volver al periodismo activo. ■

Gas Natural se incorporó al Consejo de Unión FENOSA

El presidente de Gas Natural, Salvador Gabarró, fue nombrado presidente del Consejo de Administración de Unión Fenosa, en representación de la compañía gasista, tras la formalización de la compra del 50,02% de participación de la eléctrica acordada con ACS.



En la misma sesión, se incorporaron al Consejo de Administración en representación de Gas Natural, su consejero delegado, Rafael Villaseca, así como los actuales consejeros de la gasista, Francisco Reynés y Fernando Ramírez. Gas Natural únicamente puede ejercer derechos políticos por el 30% del capital, según establece la normativa vigente. ■

Nueva campaña de La Caja

La Caja de Ahorro y Seguro S.A. lanzó una nueva campaña denominada "SucurSALES". Los clientes que se acerquen a las sucursales de La Caja, en cualquier punto del país, obtendrán descuentos al contratar una póliza para su auto, además de contar con otras promociones y beneficios. Esta campaña estará vigente entre los meses de marzo y abril, y podrá verse en distintos medios como vía pública, medios gráficos, entre otros, como así también se decorarán las sucursales haciendo alusión a esta campaña. De esta manera, La Caja ratifica su liderazgo en el rubro seguros, otorgando el mejor servicio al mejor precio. ■



¿QUÉ ES LO MEJOR QUE PODEMOS
HACER POR UN PURA SANGRE?



LA SANGRE.

YPF **D•EURO**
DIESEL

Creamos Euro Diesel, un combustible premium
para autos premium.

Inauguramos una nueva categoría en combustibles diesel, con menor contenido de azufre. Euro Diesel cumple con las altas exigencias de las normas europeas y asegura mayor rendimiento y protección del motor. Para consultar más información ingresá en ypf.com

YPF

En un año, Bosch capacitó a más de 1.000 técnicos

Con el objetivo de responder a la creciente demanda de entrenamiento por parte de los profesionales de mecánica automotriz, Bosch –líder mundial en tecnología automotriz– sigue desarrollando cursos para especialistas, enfocados en las nuevas tecnologías, tanto sea de inyección diesel, inyección a gasolina, o undercar; como así también en los sistemas de seguridad activa, seguridad pasiva y confort; con la electrónica aplicada como eje de los desarrollos y enseñanzas. Así es que en el primer año de funcionamiento, el nuevo Centro de Capacitación, entregó más de 1.000 certificados a técnicos, mecánicos, docentes y profesionales del sector, entre otros. ■



LoJack Call, ahora para motos



LoJack, empresa dedicada a la prestación de servicios y soluciones tecnológicas que den tranquilidad a sus clientes, anunció el lanzamiento de la solución LoJack Call para motos. El servicio contará con cobertura geográfica en Capital Federal, Buenos Aires, Córdoba, Mar del Plata, Rosario y Pinamar. Contando con más de 41.000 usuarios de motos como clientes, la solución LoJack Call se encuentra disponible para todos los rodados mayores a 150 CC y cuenta con una función totalmente automática. ■

Programa de incentivo de la actividad económica Préstamos para refacción y ampliación del hogar del Banco Hipotecario

Con una adjudicación de \$ 23 millones, Banco Hipotecario ofrece en todas sus sucursales préstamos de hasta \$ 150 mil a una tasa preferencial fija y en pesos de 13% (TNA) con un plazo de 24 meses, en el marco del Programa del Fondo de Garantía de Sustentabilidad del Sistema Integrado Previsional Argentino y el ANSES.

Los créditos podrán ser destinados a refacción y ampliación del hogar, incluyendo gastos en concepto de materiales para la construcción, mano de obra, proyecto y dirección y la adquisición de todo tipo de equipamiento mobiliario (eléctricos y no eléctricos) para el hogar, así como otros fines relacionados. ■



Carrefour

La Marca Propia creció más de un 100% en ventas en 2008

Grupo Carrefour Argentina comenzó el 2009 con nuevas líneas de productos Marca Propia Carrefour. Con 1251 productos de grandes consumos de Bebidas, Droguería, Perfumería e Higiene, Almacén, Desayuno, Refrigerados y Congelados; más de 150 Productos Frescos; y 869 de Bazar; Marca Propia Carrefour aumentó su surtido un 70% durante el último año. La propuesta en Perfumería fue la que más se incrementó en este período, pasando de la existencia de 272 ítems a 531. La cartera de proveedores de Marca Propia está conformada por Pymes y empresas líderes del mercado. Los productos son fabricados y elaborados mediante la utilización de la más alta tecnología, con la seguridad garantizada por el Departamento de Calidad de Carrefour. ■



Armá tu crédito.



*créditos
pyme*



*créditos
para la vivienda*



*comercio
exterior*



*créditos
personales*



Armá tu sueño.

Créditos Credicoop

Informate en nuestro Centro de Contacto

Telefónico 0810 888 0303.

Ingresá a www.bancocredicoop.coop

o visitá nuestras filiales.

BANCO
CREDICOOP

COOPERATIVA LIMITADA

La Banca Solidaria

GUILLERMO FUERTES LA EFICIENCIA ENERGETICA EN LAS PYMES

Debido a los incrementos en las tarifas de energía y el marco regulatorio vigente con aplicaciones de multas y recargos para los consumos industriales, entrevistamos a Guillermo Fuertes, Director de Tecsenner S.A. empresa especializada en eficiencia energética para conocer en detalle cuál es la situación actual y qué opciones existen para las PyMEs.

¿Compran energía adecuadamente las empresas?

No. Según los registros que llevamos en más de 1.200 casos que hemos analizado en industrias de todo el país menos del 5% se encuentra administrando los contratos de compra de energía de forma eficiente. El no administrar los contratos de forma adecuada significa que están gas-

tando más dinero del que debiesen en la compra de energía y esto lo repiten y mantienen todos los meses a lo largo de los años.

Según nuestra experiencia este problema es común a todas las industrias en general sin importar el rubro o el tamaño que tengan las empresas que analizamos. Solo podríamos decir que están exceptua-

das de esta tendencia las industrias que son consumidoras intensivas de energía dentro de su proceso de producción. Por necesidad, estas industrias han manejado la compra de energía como la de cualquier otro insumo crítico de su producción y esto les ha permitido en muchos casos mantener sus contratos actualizados de acuerdo a la evolución del marco regulatorio vigente.

¿Cuáles son los errores más comunes?

Los problemas que encontramos pueden dividirse en dos categorías: errores de los industriales cuando compran y administran energía y errores de las empresas proveedoras cuando facturan y entregan el suministro eléctrico o de gas.

Estos problemas no son nuevos, tienen su antigüedad, pero hasta no hace mucho tiempo atrás las tarifas de energía eran muy baratas en Argentina en un contexto de buen nivel de actividad. Entonces muchos ignoraban el tema, sobre todo si exportaban.

Ahora, con los últimos incrementos, recargos y penalizaciones vigentes para el consumo de energía en las industrias y con la actividad económica en baja, la pregunta que nosotros hacemos es: ¿quienes están en condiciones de continuar derrochando dinero y recursos por este o cualquier otro tema?

Para ilustrar con mayor precisión lo que estamos diciendo vamos a tomar



como ejemplo el suministro de energía eléctrica en las últimas 600 industrias que analizamos durante el 2008 y lo que va del 2009. Los problemas más comunes atribuidos a fallas de los propios industriales fueron los siguientes:

- Administración deficiente de la potencia fuera de punta: 94%.
- Administración deficiente de la potencia en punta: 80%.
- Administración deficiente de la energía reactiva: 66%.
- Con respecto a los errores más comunes de las empresas proveedoras de energía encontramos lo siguiente:
- Suministros con problemas de impuestos mal asignados: 41%.
- Suministros con problemas de imputaciones incorrectas: 22%.
- Suministros con problemas de centros de transformación fuera de convenio: 11%.

¿Cuáles son las recomendaciones que podemos hacerle a los industriales para que mejoren en este tema?

Los industriales se dedican, como corresponde, a su “core business”. Es lo que mejor saben hacer y lo que les ha permitido tener un negocio rentable. El marco regulatorio vigente para la compra de energía eléctrica y gas para consumo industrial se ha vuelto mucho más complejo e intrincado. Realmente es muy difícil para alguien que no se ha especializado en el tema entender lo necesario para ser eficiente en la compra y administración de estos contratos de manera consistente a lo largo del tiempo.

La principal recomendación que nosotros hacemos es que busquen el asesoramiento de los especialistas en el tema.

Nosotros tenemos un acuerdo con CAMIMA para realizar una evaluación de la situación de los contratos de energía de los socios de la cámara sin costo alguno para ellos. Sólo solicitamos que nos remitan las últimas 12 facturas de energía y les devolvemos un informe escrito en donde les comunicamos si están comprando energía de manera adecuada o no y, en caso de no estar haciéndolo, cual sería el monto de dinero que podrían ahorrarse. Este es el primer paso que debiesen dar y CAMIMA se ha encargado de que para sus socios sea gratis.



¿Qué deberían controlar mejor los industriales en las facturas de energía que reciben?

Las empresas proveedoras de energía atienden a una cantidad muy grande de clientes y cometen errores con más frecuencia de lo que generalmente suponemos.

¿Existen otras posibilidades de ahorro además de la administración eficiente de los contratos?

Si, muchas. La compra de energía de forma adecuada es solo el primer paso que los empresarios debiesen dar en la búsqueda de una mayor **eficiencia energética**. Generalmente comenzamos por este tema por que es en el que más rápidamente se pueden percibir ventajas. Lo ideal es volcar parte de los recursos generados por el ahorro en la administración de los contratos en la implementación de programas de **eficiencia energética**, que tienen como objetivo eliminar o reducir el derroche de energía y mejorar el perfil de consumo. Es mucho más barato y mejor para el medio ambiente ahorrar un kW que generarlo.

Siempre es posible ahorrar mejorando la instalación eléctrica, los

sistemas de iluminación y señalización, los sistemas de aire comprimido, ventilación, refrigeración, vapor, calefacción, transporte y movimiento de mercancías, comunicaciones, ofimática y seguridad, los propios procesos industriales y los principales hábitos de consumo.

La ventaja de realizar una **auditoria energética** es que entrega una lista de las principales medidas que se deben tomar para mejorar el perfil de consumo de la industria ordenadas por costo y nivel de complejidad. Primero se listan las menos complejas y de menor costo, luego las de costo y complejidad medianas y finalmente las más costosas y complejas de implementar. Generalmente el 60% de ahorro posible proviene de medidas que no son costosas y que tienen un bajo nivel de complejidad en su implementación. ■



RENAULT TRUCKS

FRÉDÉRIC MOURET: EN RENAULT TRUCKS ESTAMOS EN MEJORES CONDICIONES PARA ATRAVESAR LA CRISIS

“En Renault Trucks veníamos preparándonos desde hacía 3 años para trabajar en un contexto como el que se ha dado en estos últimos meses, por lo cual podemos decir que estamos en mejores condiciones para atravesar esta situación que, sin duda, no es fácil ni se resolverá en poco tiempo”, dijo Frédéric Mouret, Vicepresidente internacional de ventas de Renault Trucks.

Durante la primera visita que realizó recientemente a la filial argentina y, dentro de una gira que también abarcó Uruguay y Chile, el nuevo Vicepresidente Internacional de Ventas de Renault Trucks, Frédéric Mouret, manifestó su profunda satisfacción por el alto grado de desarrollo que ha alcanzado la marca en el país y el reconocimiento que la misma ha obtenido, tanto del público cliente como del sector del transporte en general y la prensa especializada. El alto funcionario de la casa francesa fue recibido por Patrick Petitjean, Director General de Renault Trucks Argentina y de América Latina & El Caribe y otros funcionarios de la empresa.

Refiriéndose a la actual crisis global que afecta a la economía y en particular a la industria automotriz, manifestó: “En Renault Trucks veníamos preparándonos desde hacía 3 años para trabajar en un contexto como el que se ha dado en estos últimos meses, por lo cual podemos decir que estamos en mejores condiciones para atravesar esta situación que, sin duda, no es fácil ni se resolverá en poco tiempo”. Creemos que la industria deberá adecuarse a las circunstancias. Particularmente, en Renault Trucks pondremos el acento en estar cada vez más cerca de nuestros clientes, ya que ellos también se ven afectados por esta realidad y debemos acompañarlos: hacer foco en los servicios, mejorar la atención post venta, desarrollar productos que mejoren el consumo y la productividad es una manera de contribuir a su beneficio. Por eso, nuestros planes de inversión, investigación y desarrollo no se detienen. Quizás podamos decir que han cambiado las prioridades, pero de ninguna manera la actitud de seguir avanzando en el camino de ofrecer siempre los mejores productos, con la máxima tecnología, seguridad y confort, en concordancia con los más avanzados servicios que le permitan a los usuarios tener la tranquilidad de contar siempre con el respaldo de una marca que está 24 horas al día pensando en los intereses de sus clientes”

Respecto de la Argentina, dijo: “No conozco mucho de manera personal, pero me he interesado por saber y lo que he leído me indica que es un gran país, con un enorme potencial de crecimiento. De hecho, el desarrollo de nuestra marca ha sido exponencial en los últimos años. Además de contar con los mismos vehículos que en el resto del mundo, esto ha sido también el fruto de un gran trabajo realizado por nuestra filial y la Red de Concesionarios, por lo cual quiero felicitar a todos y cada uno de sus integrantes. Quiero también agradecer a nuestros clientes por su confianza con nuestra marca. Para la organización Renault Trucks Internacional, la Argentina es una filial clave y un ejemplo de cómo debemos trabajar fuera de Europa”.

Durante su visita a las oficinas y talleres de Renault Trucks Argentina, el funcionario francés recorrió cada uno de los sectores, interesándose particularmente en los servicios de Post Venta, reparación, capacitación, TechLine, entrega de unidades y todo lo relacionado con Atención al Cliente. ■



Hay compañías que quedan grabadas en tu vida



por siempre



**Una gran compañía
para la seguridad de la gente**

CITROËN

C3 PICASSO, PRIMER MODELO DE LA NUEVA ERA DE LA MARCA



Basta mirarlo para darse cuenta de que no es como los demás. De aspecto moderno y desenfadado, en las distancias cortas, el C3 Picasso marca la diferencia. Prueba de ello son sus antagonismos: un perfil de cubo con formas redondeadas y una silueta exterior compacta frente a un interior amplio y espacioso. A bordo, el C3 Picasso es la expresión inequívoca del recién estrenado eslogan de la marca: Créative Technologie. El monovolumen de nueva generación de Citroën llegará al mercado español en abril.

Diseño, modularidad, luminosidad y espacio, son algunas de las bazas del Citroën C3 Picasso, pero, al volante, se puede comprobar que también lo son la escasez de ruido en su interior; así como su comportamiento en carretera, gracias a una unión con el suelo eficaz; y su manejabilidad, gracias a su tamaño compacto y a un reducido radio de giro. La dirección eléctrica es de asistencia variable, estando el grado de asistencia ligado a la velocidad de la marcha y al ángulo del volante. Así, la dirección es más firme a alta velocidad, para una mayor seguridad, y más ligera a baja velocidad, para facilitar las maniobras.

Bajo el capó se encuentran unos motores económicos y respetuosos con el medio ambiente, que ofrecen un excelente comportamiento en carretera. Dos motores de gasolina, el VTi 95 y el VTi 120, con un nivel de emisiones inferior a 160 g/km de CO₂, y dos diésel HDi 90 y HDi 110 FAP que, cuando el vehículo incorpora neumáticos de 16 pulgadas emiten 125 y 130 g/km de CO₂, respectivamente, lo que les permite contar con la firma Airdream®, que identifica a los vehículos de la gama más respetuosos con el entorno.

Todos los C3 Picasso incorporan, de serie, ABS con ayuda a la frenada de urgencia y repartidor electrónico de frenada, así como airbag de conductor y pasajero. En el acabado SX son también de serie los airbag laterales delanteros y de techo en plazas delanteras y traseras y el ESP (este último con el motor HDi 110 FAP).

Grande por dentro, pequeño por fuera

La arquitectura innovadora del C3 Picasso le permite combinar unas dimensiones compactas con unos volúmenes amplios, lo que le convierte en un vehículo práctico, confortable y acogedor.

El C3 Picasso es fruto de la unión de los volúmenes de un monovolumen habitable y modulable, con las características de los 4x4, sinónimos de placer automovilístico y libertad. Este vehículo, como ya hicieron el C4 Picasso y el Grand C4 Picasso, renueva la imagen, considerada demasiado convencional, de los monovolumenes de su segmento.

Se han dedicado grandes esfuerzos a garantizar la estanqueidad de la carrocería: inserciones de altas prestaciones llenan los espacios más ínfimos de la estructura mientras que se ha implantado una doble barrera de juntas en las zonas que rodean puertas y ventanillas. ■



PARA TENER **WiFi**
SÓLO HAY QUE ESTAR
CERCA TUYO.



Te presentamos **Zona movistar WiFi**:

Vos podés crear tu propia zona, compartiendo tu **Banda Ancha Móvil** con las personas que elijas y dando conectividad de Internet a más de una PC, notebook, teléfonos móviles y otros dispositivos con WiFi.

- Liviano (200 grs).
- Pequeño (112 x 91 mm).

Llevar tu **Zona movistar WiFi** con vos no cuesta nada.



www.tiendamovistar.com.ar

movistar
3.5G



www.movistar.com.ar

Promoción válida exclusivamente para reservas de servicio Zona movistar WiFi desde 09/04/2009 hasta el 31/03/2010 inclusive hasta agotar stock de 500 unidades, lo que ocurra primero. Origen China. Sólo para nuevas líneas con Plan Combato, minutos de voz no incluidos. Permanencia mínima de contratación del servicio 12 meses. El cobro del servicio de Banda Ancha Móvil fuera del país se factura por excedente bajo la tarifa simple. Una vez consumido 3GB se aplicará una limitación de velocidad a un máximo de 128Kbps de bajada. Consultar áreas de cobertura, costos y más información en www.movistar.com.ar. Fuera de la cobertura indicada, se utilizarán otras redes distinguiendo la velocidad de conexión. Provisión por Telefonía Móvil Argentina S.A. Ing. Butty 240, piso 20, Capital Federal, CUIT 30-67884377.

FIAT ARGENTINA

EL LINEA LLEGA A LAS CONCESIONARIAS DE TODO EL PAÍS



Se incorporó al mercado argentino el Fiat Linea, un nuevo integrante de la familia de la marca italiana que fuera exhibido en enero y febrero en carácter de "avant premiere" en los principales centros turísticos del país. Se trata de un sedán de líneas elegantes y sorprendentes. El Fiat Linea incorpora importantes novedades para la oferta de la marca en la Argentina: una caja de cambios automática secuencial Dualogic (opcional) y el nuevo motor 1.9 16V desarrollado por Fiat Powertrain Technologies, que se produce en la planta de Córdoba. Asimismo, otro punto fuerte es que el Fiat Linea se comercializará en el mercado argentino con garantía de 3 años o 100.000 km.

El nuevo modelo llega al país en tres versiones definidas a partir de sus contenidos: Fiat Linea Essence; Fiat Linea Essence Dualogic y Fiat Linea Absolute Dualogic.



La versión de ingreso – el Linea 1.9 16V Essence– ya sale de fábrica con una gran variedad de elementos de confort, seguridad y funcionalidad. Así, independientemente de la versión, el dueño de un Fiat Linea sabrá, siempre, que posee un automóvil sofisticado, moderno, seguro y muy bien equipado.

El Motor 1.9 16V

Un nuevo motor hace su estreno en la gama de Fiat Auto con el Fiat Linea, el 1.9 16V, desarrollado por el Centro de Ingeniería de FPT Powertrain Technologies de América Latina y producido en la planta de Ferreyra, Córdoba. Es un motor que eroga una potencia máxima de 130 CV a 5750 r.p.m. cv y un par máximo de 18,1 kgm a 4.500 rpm funcionando solamente con nafta. Una de las grandes innovaciones de este motor es el sistema de partida en frío, patentado por la FPT. Posee un inyector dedicado (además de los que alimentan cada uno de los cuatro cilindros) que se localiza en el colector de admisión. Con un pequeño tanque propio de gasolina, el sistema es mucho más preciso, pues inyecta la cantidad correcta de combustible solamente cuando es necesario, con mejor pulverización, lo que da como resultado una mejor conducción en frío, con partidas más eficientes y funcionamiento más suave y regular, reduciendo la emisión de contaminantes. ■

Fiat Auto renovó y amplió la certificación ISO 9001:2000 en todas sus áreas

Fiat Auto Argentina renovó y amplió la certificación en Sistema de Gestión de Calidad bajo la Norma ISO 9001:2000 en todas las áreas de actividad de la empresa.

El Director General de Fiat Auto, Gerardo Bovone, acompañado por varios directivos de la empresa, recibió la mencionada acreditación de manos de una delegación del ente certificador, encabezada por el ingeniero Edgardo Devoto, director de DNV en la Planta de Córdoba. ■



BANCO PATAGONIA



Patagonia PyME

La mejor financiación para el crecimiento de su negocio:

- Acuerdo en cuenta corriente
- Préstamos comerciales
- Descuento de cheques / facturas / certificados de obra
- Descuento de cupones de tarjetas de crédito
- Leasing
- Atención personalizada de nuestros oficiales de negocios.

crecer

Acérquese a nuestras sucursales en todo el país.

0810 999 6655 www.bancopatagonia.com

FORD INCORPORA A SUS VEHÍCULOS UN SISTEMA DE ESTACIONAMIENTO AUTOMÁTICO

Gracias a la exclusiva tecnología inteligente de Ford, los conductores de los modelos Lincoln MKS y MKT, con sólo oprimir un botón pueden estacionar de forma rápida, fácil y segura sin necesidad de tocar el volante. A mediados de este año, Lincoln presentará en el mercado dos nuevos autos que permitirán al conductor estacionar en paralelo con solo apretar un botón. Se trata del sistema Active Park Assist, presente en los autos Lincoln MKS versión 2010 sedán y el nuevo Lincoln MKT, un crossover de lujo para siete pasajeros.

Con la nueva tecnología exclusiva de Ford Motor Company, los conductores no tienen que tocar el volante, ya que el sistema utiliza la tecnología inteligente con sensores en la parte delantera y trasera del vehículo para dirigir el automóvil en un espacio de estacionamiento.

Impulsado por la dirección asistida eléctrica de Ford, el nuevo sistema ayuda a mejorar la economía de combustible hasta un 5%, mientras que reduce las emisiones de CO2 e intensifica el rendimiento. El Active Park Assist presenta numerosas ventajas sobre sus competidores ya que requiere una menor interacción del conductor, reduce el riesgo de seleccionar espacio para estacionar demasiado pequeño y también trabaja en situaciones de



estacionamiento en pendiente, a diferencia de otros sistemas competidores.

La EcoSport alcanzó una producción de 500.000 unidades en Camaçari

Ford alcanzó la producción de 500.000 unidades de EcoSport producidas en su fábrica de Camaçari, ubicada en Bahia, Brasil, reflejando el suceso del vehículo líder indiscutido en la categoría de utilitarios deportivos. Este exitoso modelo es exportado hoy a diez países, incluido Argentina, Venezuela, Ecuador, Colombia, Chile, Uruguay, Paraguay, Bolivia, Perú y México. Existen también unidades en otros 16 países como Siria y Líbano, en Oriente Medio, y también en Cazaquistão, Angola, Nigeria y Etiopía, en Asia y África.

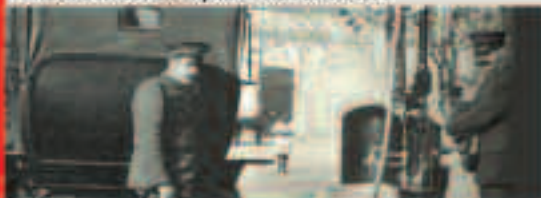
En la Argentina, desde su presentación, se llevan vendidas 87.000 unidades, repitiendo el éxito alcanzado en todos los mercados donde se presentó, liderando ampliamente el segmento y generando distintas acciones de producto del resto de la industria. ■



MAS DE 90 AÑOS DE HISTORIA EN EL PAIS 1911-2009

Servicentros

Primer surtidor en el país - Plaza Lorea/1914



Servicentro Campana/1930



Esso Shop



Kiosco KAO
La Plata/1930



Nuevos
Esso Shop

Identidad



Naftas Wico Standard

Se adapta el óvalo Esso /1938



Reportar ESSO - Radio/1941



Reportar ESSO - TV./1963



Reportar ESSO - TV./1996



Fusión Exxon y Mobil/1991



Lubricantes

Producción de Grasas Lubricantes/1926



EssoLube/1936



Refinación

Inauguración Refinería Galván/1928



Refinería Campana/2005



Químicos

Flit/1936



Comercialización de plastificantes



ESSO Petrolera Argentina S.R.L.
Una Subsidiaria



PEUGEOT

EL 3008 ES UN CROSSOVER COMPACTO Y VOLUMÉTRICO

Supone una oferta innovadora no tan sólo en el seno de la gama Peugeot sino en el conjunto del mercado automovilístico actual. Construido en la fábrica de Sochaux, en el Este de Francia, su innovador concepto y sus prestaciones son el fruto de la experiencia y de los valores tradicionales de la marca del León.

El 3008 se sitúa en un cruce de caminos donde convergen diferentes universos; el de los SUV, el de los monovolúmenes e incluso el de las berlinas. Producto de la mezcla de todos ellos, aprovecha los puntos fuertes de cada uno al tiempo que adopta una serie de tecnologías inéditas (*Dynamic Rolling Control, Grip Control...*) que le permiten combinar cualidades que suelen ser antagónicas como el placer de conducción a bordo de un vehículo « alto » o la motricidad mejorada respetando el medio ambiente.

Con esta síntesis anticonformista y sus apuestas de diseño, el 3008, concebido como un vehículo de conquista, aporta soluciones originales y una polivalencia óptima para satisfacer a clientes que buscan conjugar moderni-



dad, practicidad y placer de conducción. Protector, multiuso y valorizador, el Peugeot 3008, un auténtico crossover en todos los sentidos, se lanza a explorar nuevos territorios automovilísticos.



El 308 CC todavía más Cabriolet

El 307 CC ha sido, para la mayoría de sus clientes, el coche principal del hogar. El 308 ha sustituido ya, en sus variantes berlina y SW, al 307 aprovechando las cualidades de su exitoso antecesor pero imponiendo la renovación generacional, su modernidad y su fuerte personalidad.

En la misma línea, el 308 CC, con sus cuatro plazas reales, mantiene las cualidades de la gama 308, capitaliza el espíritu del 307 CC y disfruta de toda la experiencia de Peugeot en la realización de coupés-cabriolet pero además, ofrece un placer único; su inaudita capacidad para jugar con las estaciones para aprovechar al máximo su configuración Cabriolet.

Dos motorizaciones suaves pero dinámicas acopladas a sendas cajas de cambios de seis velocidades –a menos que se opte por el cambio automático- animan, en el momento de su lanzamiento, al 308 CC.

Se trata del motor de 1,6 litros THP de 150 CV (120 kW) y un par de 240 Nm a 1.400 rpm con turbocompresor e inyección directa de gasolina con caja de cambios manual de seis relaciones y del 2,0 litros HDi FAP Euro 5 de 140 CV (103 kW) – par de 320 Nm a 2000 rpm, ambos sobrios y muy respetuosos con el medio ambiente.

Dentro de unos meses estarán disponibles dos motorizaciones de acceso a la gama que cumplirán con la normativa Euro 5; - el motor 1,6 litros VTi de 120 CV (88 kW) y 160 Nm de par a 4.250 rpm con caja manual de cinco velocidades y el motor 1,6 litros HDi FAP de 112 CV (82 kW) y 270 Nm a 1.750 rpm con caja manual de seis velocidades. ■





Felicitamos a Revista Económica en su 24º aniversario.



GENERAL MOTORS ARGENTINA

EL CHEVROLET AVEO LLEGÓ A LA ARGENTINA



General Motors fortalece su presencia en el segmento de mayor volumen del mercado y comercializa en la Argentina el nuevo Chevrolet Aveo en su versión sedán, un vehículo que se ha convertido en un éxito de ventas en Europa y EE.UU. y que es comercializado en más de 100 países. El nuevo Chevrolet Aveo ofrece una experiencia de conducción dinámica, firme y placentera. Está impulsado por un motor naftero 1.6 litros de 4 cilindros, 16 válvulas con doble árbol de levas, lo que permite lograr una potencia de 103 CV a 5.800 rpm. Cuenta con un sistema de admisión de geometría variable que ayuda a maximizar la potencia del motor. Posee una mayor longitud de recorrido en el múltiple de admisión a velocidades menores para incrementar el torque a bajas revoluciones hasta en un 10%. Este sedán está disponible en 3 versiones: LS y LT con caja manual y LT con caja automática.

El Chevrolet Aveo presenta en su diseño exterior, líneas fluidas y esculpidas junto con una apariencia amplia y confiable. Está equipado con faros delanteros que cuentan con minuciosos detalles y luces traseras circulares de diseño audaz.

En cuanto a seguridad, el nuevo Chevrolet Aveo está respaldado por un sistema integral de tecnologías de protección y seguridad diseñadas para alcanzar los estándares más exigentes.

Una estructura de acero de alta resistencia recubre el habitáculo, diseñada para mantener la integridad del compartimiento de pasajeros. Cuenta con barras de protección laterales en puertas delanteras y traseras e incorpora doble airbag frontal y ABS con distribución electrónica de frenado, en las versiones LT, equilibrando los frenos de acuerdo con ciertos factores como las condiciones del camino y el peso de los pasajeros y o la carga.



Todas las versiones tienen inmovilizador de motor y cinturones de seguridad de tres puntos, los delanteros además cuentan con ajuste de altura, y sistema de pretensionadores para las versiones LT. La columna de la dirección es colapsable ante un impacto y dispone de seguros para niños en las puertas traseras y anclajes para sillas de bebé en las butacas posteriores. ■



Chevrolet participó en Expoagro

Chevrolet estuvo presente en Expoagro 2009 con importantes novedades de la marca. Desde hace décadas, un fuerte lazo une a Chevrolet con el campo. Es por ello que en esta ocasión, Chevrolet instaló un stand de 600 m² para exhibir su amplia gama de vehículos que incluye sus últimos lanzamientos Chevrolet Spark y Aveo. Asimismo, estará la favorita del campo argentino: la pick up Chevrolet S10, sinónimo de fortaleza, potencia y confiabilidad.

CUANDO MANEJÁS TOMÁTELO EN SERIO



Si vas a conducir no tomes alcohol.
Si se puede evitar, no es un accidente. Cumplir la ley, salva vidas.



Agencia Nacional
de Seguridad Vial



Ministerio del
Interior
Presidencia de la Nación

SCANIA

LA MARCA PARTICIPÓ EN EXPOAGRO 2009



Scania Argentina participó nuevamente en Expoagro, con un stand de 300 metros cuadrados en el que se exhibieron dos camiones de las series P, G y R, una gama de camiones que contiene la mayor cantidad de opciones en la historia

de la marca, con un camión R 470 y un camión G 340. También se exhibieron un motor Scania en corte, preparado especialmente para exposiciones, un motor industrial de 9 litros y un grupo electrógeno Powgen Diesel equipado con motor Sca-

nia. El stand se completó con el semirremolque de exposiciones, de última generación, que tiene una longitud de 15,50 metros. Scania también fue transportador oficial del equipo de transmisión de Radio Mitre, con un camión Scania G 380.



VOLKSWAGEN ARGENTINA

LA EMPRESA PRODUCIRÁ A FIN DE AÑO LA PRIMERA PICK UP EN EL PAÍS

El presidente de Volkswagen Argentina y Sudamérica, Viktor Klima, confirmó que la empresa continúa con una inversión de más de 1300 millones de pesos en su planta de General Pacheco (ubicada en provincia de Buenos Aires) destinada a la producción de la primera pick up en la historia de la marca, que se concretará a fines de este año. Junto con el Jefe de Gabinete de Ministros de la Nación, Sergio Massa, y otros funcionarios, el Dr. Klima recorrió las obras que se están realizando en el Centro Industrial Pacheco, que, entre otras inversiones, fue ampliado en 16.000 metros cuadrados, equipado con 105 robots de la más moderna tecnología y cuya planta de pintura fue adaptada para la fabricación del nuevo producto utilitario. Esta inversión -originalmente de \$ 1000 millones- fue anunciada el 16 de octubre de 2007. "Desde entonces y pese a las circunstancias adversas de la economía global -explicó el Presidente de Volkswagen Argentina y Sudamérica-, seguimos trabajando para lograr el objetivo de comenzar la producción de la pick up a fines de 2009". "Estamos seguros que, como todos los productos Volkswagen, la nueva pick up, tendrá la máxima calidad, la mejor tecnología, los motores más eficientes, más rendidores y más cuidadosos del ambiente", sostuvo el Dr. Viktor Klima al hablar ante invitados y prensa, entre quienes estuvieron los ministros de Producción, Débora Giorgi, y de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, Carlos Tomada, y el Intendente del Partido de Tigre, Julio César Zamora. Cuando se decidió fabricar la primera pick



up de la marca, Volkswagen AG dispuso que se produjera en Alemania y Argentina, pero en octubre de 2008, la casa matriz decidió otorgar esa importante responsabilidad a una sola planta: el Centro Industrial Pacheco. De acuerdo con lo programado, durante 2010, la producción de la pick up Volkswagen será de 55.000 unidades e irá incrementándose hasta llegar a las 95.000 unidades anuales. A lo largo de los últimos meses, Volkswagen Argentina ha construido más de 16.000 metros cuadrados de ampliación de su planta para destinarlos a la producción de la pick up, lo que amplió la superficie cubierta del Centro Industrial Pacheco a 166.000 metros cuadrados. También fueron instalados 105 robots de última tecnología, destinados al armado y soldadura de partes, de carrocerías, y a la planta de pintura. A las líneas transportadoras de la planta, se agregaron 2 kilómetros de uso específico para la pick up. Hasta febrero de 2009, para realizar las obras destinadas a la producción de la pick up Volkswagen, se contrataron 140 empresas, en su mayoría argentinas, que dieron empleo a miles de trabajadores. Asimismo, este proyecto demandará 642.000 horas de capacitación, con una inversión cercana a los 60 millones de pesos. Además, los principales proveedores autopartista están invirtiendo unos 600 millones de pesos para abastecer la fabricación del nuevo producto. Las obras civiles, el equipamiento y la capacitación, servirán para que la producción de la pick up Volkswagen comience en Pacheco a fines del presente año y se exporte a Latinoamérica y el mundo. ■



RENAULT ARGENTINA

SE AMPLÍA LA GAMA SANDERO

La nueva versión Pack de Sandero cuenta con un nuevo motor y el nivel de equipamiento que lo caracterizan. También fabricado en la planta de Curitiba, Brasil, la nueva versión incorpora la motorización K7M 1.6L 8v de 90 cv y mantiene la K9K 1.5 dCi common rail de 65 cv que ya estaba siendo comercializada. En cuanto a equipamiento, para la versión nafta y diesel, se destacan la inclusión de aire acondicionado, dirección asistida, radio AM/FM con reproductor de CD y Mp3, tacómetro y luneta térmica, entre otros.



La marca estuvo presente en Expoagro 2009

Renault estuvo presente en la tercera edición de Expoagro, la principal feria del sector agropecuario del país, donde exhibió sus nuevos modelos Sandero Stepway, Symbol, y Koleos. También se expusieron los modelos Mégane II Privilège, Coupé Cabriolet, Grand Tour y Scénic Expression. Además de Logan y Sandero, hubo un sector especial para el ya consagrado Kangoo en su versión Sportway y Grand Confort y también estuvo exhibido el utilitario más grande de la marca, Master Furgón.

La actualidad de Renault en el reciente Salón de Ginebra

En el Salón de Ginebra 2009, Renault presentó la última generación de su best seller, el Nuevo Renault Clio, en versión berlina y Grand Tour. Su éxito hace que Renault presente el Nuevo Clio Renault Sport, una primicia mundial en el Salón de Ginebra. Para cumplir con las expectativas de los clientes y adaptarse a sus necesidades de uso, el Clio Renault Sport ofrece dos facetas: una versión «Luxe» (denominación distinta dependiendo de los países) y una versión «Cup». El Clio Renault Sport es el vehículo deportivo compacto más vendido de su categoría desde el año 2000, en cualquiera de sus variantes, con más de 70.000 ejemplares en todo el mundo.

Renault develó simultáneamente cuatro nuevos modelos en el segmento C, en el corazón del mercado europeo: Grand Scénic, Scénic, Mégane Grand Tour y Mégane Renault Sport.

Renault se propone romper los esquemas al lanzar al mercado un sistema de navegación integrada con unas excelentes prestaciones por menos de 500 € Carminat TomTom[®] aúna la experiencia pionera en navegación a bordo del automóvil de la saga de los Carminat y el saber hacer del líder en navegación portátil. ■



HYUNDAI ARGENTINA

POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO PRESENTE EN EXPOAGRO

Hyundai Motor Argentina estuvo presente en Expoagro, con un stand concebido bajo el slogan mundial de la marca "Drive your way" y ofreció atención personalizada para conocer los vehículos Hyundai que se comercializan en la actualidad: Los 4x4 Tucson y Santa Fe, el city car Atos, la coupe deportiva FX y el utili-

tario H100 truck. Adicionalmente se exhibieron el multipremiado mediano i30, los camiones HD78 y HD65 y la nueva van H1. Como novedad se pudo conocer el nuevo Hyundai Veracruz, el 4x4 de lujo de la marca cuyo lanzamiento esta previsto para mediados de marzo. ■



IVECO ARGENTINA

IVECO MASSIF EN ARGENTINA

Iveco decidió comenzar esta experimentación con el Masif con el objetivo de hacer una prueba dinámica, testear la unidad con concesionarios, clientes y prensa, para analizar su desenvolvimiento en terrenos de extrema rudeza y así encontrar cada uno de los puntos fuertes del Iveco Massif: la potencia del motor, la capacidad de carga, las prestaciones de marcha y su andar en ruta.

Se realizó un test drive del todo terreno Massif

Iveco Argentina invitó a clientes, concesionarios y prensa especializada a la provincia de Córdoba, para realizar un exclusivo test drive de su todoterreno profesional, el Iveco Massif.

Para el evento se armó una pista de pruebas con el objetivo de simular condiciones extremas de terreno y ambientales, y para que cada invitado pudiera obtener sus impresiones del Iveco Massif.

El Iveco Massif es un derivado del histórico Campagnola, vehículo que comenzó a producirse en la década del 50 en Europa. El punto de partida en estos días fue un todoterreno fabricado por la española Santana. Junto con Giugiaro, se modi-

ficó todo su diseño, se mejoró su manejo y comodidad, y se lo equipó

con motor Euro4. El resultado: Iveco Massif, un vehículo destinado a un segmento de mercado que se caracteriza por usos y aplicaciones al límite.

El Iveco Massif nace en el mundo Iveco como un compromiso de la firma en el mundo de los todoterrenos. Desde el Astra, pasando por versiones off road de Eurocargo y Stralis, Iveco tiene capacidad para satisfacer cualquier demanda off road para sus clientes. ■



Cristiano Rattazzi, Presidente de Fiat Argentina y Natale Rigano Presidente de Iveco en Evento Massif.

MERCEDES-BENZ ARGENTINA

VEHÍCULOS COMERCIALES EXHIBIDOS EN EXPOAGRO2009



Los vehículos comerciales de Mercedes-Benz Argentina, líderes en su segmento por cuarto año consecutivo, estuvieron presentes ExpoAgro 2009 en la muestra agrícola a campo abierto más importante del país, que se realizó en Theobald, Provincia de Santa Fe.

Las unidades exhibidas en un stand de 900 m², brindaron a los visitantes la posibilidad de encontrar la línea más completa de camiones y vehículos utilitarios de la marca. Los camiones que allí se presentaron son: el Accelo, el Atego, el Axor y los convencionales como el LS 1634/45. Por otra parte, también estuvieron presentes los modelos de Sprinter con sus versiones Chasis y Furgón, los cuales se fabrican solamente en Argentina y se exportan a más de 50 países. ■



NISSAN ARGENTINA

EL TEANA EN EXPOAGRO

En Expoagro, Nissan expuso por primera vez, el Teana presentado en diciembre de 2008. Así como con Tiida en 2007 en el mercado de medianos, Teana llegó para insertarse en un nuevo segmento en el negocio de Nissan en Argentina, cumpliendo con los objetivos de expansión planteados por la compañía japonesa. Con su estilo moderno, su impresionante andar confortable y su equipamiento esmerado, este nuevo producto fue diseñado para proporcionar un valor duradero en el segmento de lujo. ■



Cuidados Intensivos

En Laboratorios Bagó trabajamos intensamente en la investigación y desarrollo de medicamentos, aportando máxima calidad y efectividad terapéutica para la Argentina y el mundo.

1934 - 2009

75
Años

 **Bagó**

ÉTICA AL SERVICIO DE LA SALUD



VOLVÉ A SENTIR EL PLACER DE MANEJAR



Volvé a sentir el máximo agarre. Volvé a sentir que no hay caminos difíciles.
Volvé a sentir todas esas cosas que te encanta sentir.
www.fate.com.ar

fate 