SEP/OCT 2010 194

boat

Una vida junto al *Matrero*

Entrevista a Toribio de Achával

¿ME TIRÁS UN CABO?

La maniobra de remolque

CLUB DE IDEAS

Foro Nacional de la Náutica

EL CHÁRTER

Todo sobre barcos de alquiler

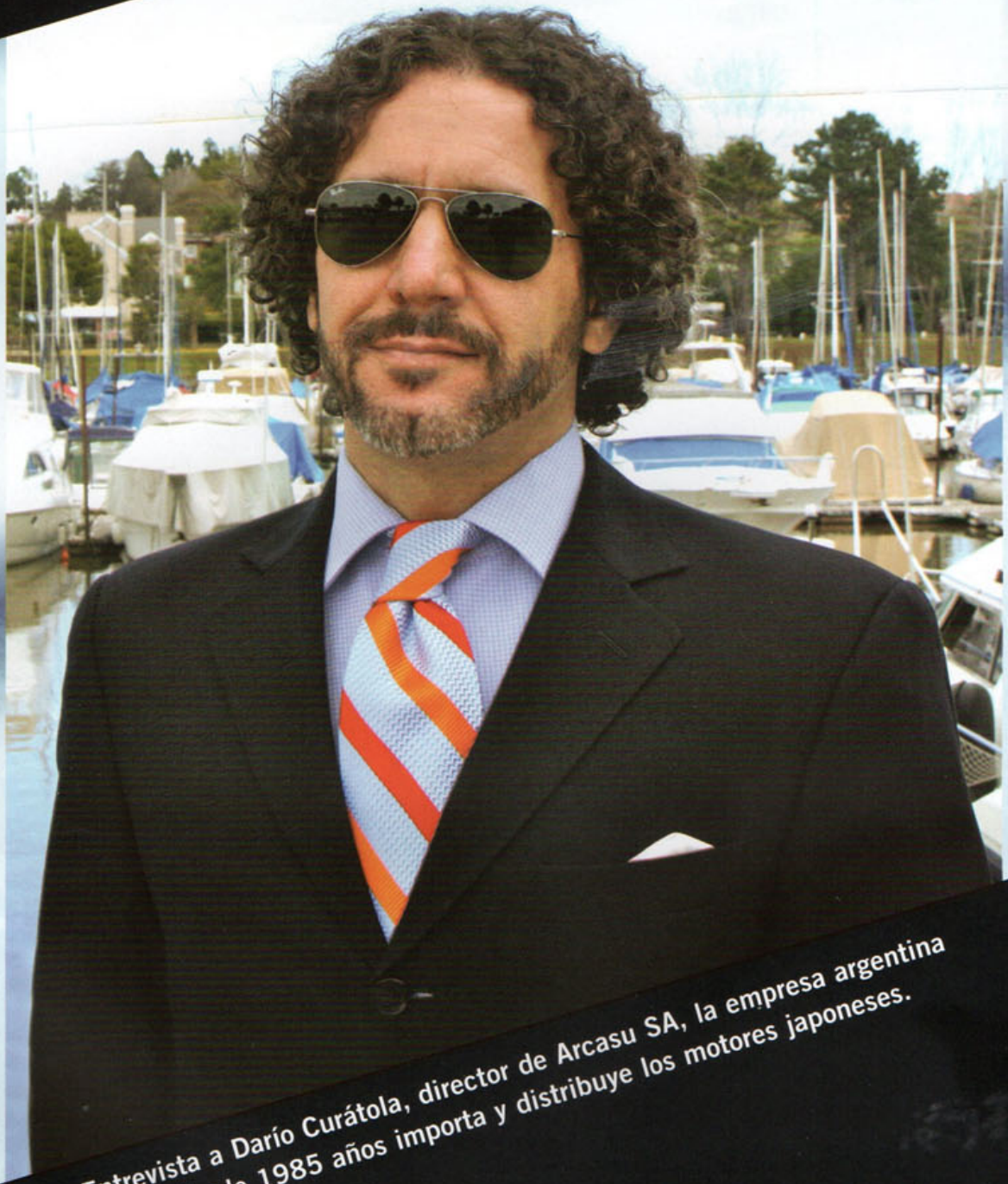
TEMPORADA DE LANCHAS

Guía de compras

22

25 AÑOS DE TOHATSU EN ARGENTINA

"Llegamos al mercado náutico con otras ideas"



Entrevista a Darío Curátola, director de Arcasu SA, la empresa argentina que desde 1985 años importa y distribuye los motores japoneses.

Fundada el 20 de octubre de 1922 en Japón, Tohatsu Corporation, actualmente uno de los mayores fabricantes de motores fuera de borda del mundo, se llamó en sus inicios Instituto de Investigación de Motor Takata y fabricaba automotores. R&D de alta velocidad, generadores portátiles, y controladores de radio, comenzaron rápidamente a ser producidos también a partir de 1930. Durante las décadas del '30 y del '40, Tohatsu consolidó su línea de productos y trasladó su Oficina Corporativa a Tokyo. En 1950 comenzó la producción y ventas de motocicletas.

El año 1955 trajo un crecimiento agresivo para Tohatsu. El capital de la compañía aumentó a 150 millones de yenes y comenzó la producción de una nueva línea de motores. Además fueron establecidas nuevas oficinas de ventas en Fukuoka, Nagoya, Tokyo, Sendai y Sapporo. También se conformó una red de comercialización a lo largo de todo Japón.

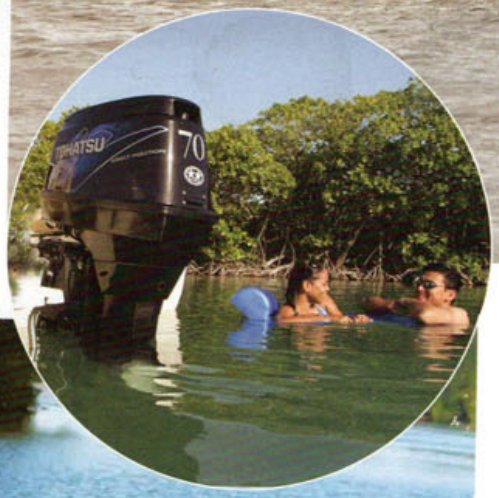
En 1956 se anunció la producción de motores fuera de borda, comenzando por un pequeño modelo de 1.5 hp. Desde entonces, los motores fuera de borda Tohatsu han sido sinónimo de confianza, simpleza y gran *performance* y son utilizados alrededor del mundo en diferentes mercados como la pesca comercial, el transporte marino, la recreación y la competición.

En los años '80 y '90 Tohatsu Corporation se consolidó como fábrica de motores propios y para terceros, fruto de diversos acuerdos comerciales y estratégicos, ya que además de los motores fuera de borda Tohatsu, allí se fabrica toda la línea de motores fuera de borda Nissan (línea gemela a Tohatsu) y además se producen diversos modelos para las marcas Mercury y Mariner (Brunswick Corporation). Tohatsu Corporation es hoy en día uno de los mayores fabricantes, a nivel mundial, de motores fuera de borda, con

una red de distribuidores que está presente en los cinco continentes, y un reconocimiento y prestigio que hacen de Tohatsu una de las grandes compañías de la industria náutica mundial.

Bab –¿Cómo surgió Arcasu SA y la posibilidad de comercializar productos de la firma japonesa?
Darío Curátola –La firma Arcasu SA ya existía en los '80, dedicada al negocio gráfico, pero en 1985 y de pura casualidad, surgió la posibilidad de ingresar al mundo de la náutica. Mi papá, Arturo, es aficionado a la náutica y en esa época teníamos una lancha Pagliettini. En un viaje de negocios por Asia un amigo suyo, que residía allí y tenía buenos contactos, le mencionó que había una marca de motores fuera de borda que estaba buscando un representante en Argentina. La marca era Yamaha. Efectivamente, ellos estaban buscando un representante, hicieron un acuerdo, y estaba todo dado para empezar a trabajar. De regreso a la Argentina, mi padre recibe un llamado del representante local de Yamaha, enfurecido por la situación. Los japoneses querían sacarle la representación y nosotros no lo sabíamos. Le explicamos que desconocíamos el conflicto, que no buscábamos quedarnos con el negocio de nadie, y que nos retirábamos del medio.

Bab –¿Por qué eligieron Tohatsu como firma para representar?
D. C. –Tras lo de Yamaha, la idea de entrar en el negocio náutico nos había entusiasmado y, ante el inconveniente antes mencionado, debimos buscar una alternativa. A las pocas semanas el amigo con contactos sugirió el nombre de Tohatsu y ahí empezamos a negociar con ellos. Los primeros motores Tohatsu habían ingresado a la Argentina en el año 1978, de la mano de Astillero Bordiga, quien importó los motores hasta 1982 con buenas ventas y mejores resultados. A partir de ese año Bordiga suspendió sus importaciones, crisis argentina mediante. Todavía se ven en el río muchos de esos motores Tohatsu azules



y naranjas. Ya en 1985, sabíamos que la marca era buena y era la única de motores fuera de borda que no tenía representación en Argentina.

Bab –¿Qué ventajas ofrecían y ofrecen estos productos por sobre los de otras marcas?
D. C. –Desde siempre Tohatsu ha fabricado motores que tienen tres características fundamentales: son sencillos, duros y confiables. Y esto se nota cuando lo comparás, mano a mano, con otro motor. Esto es así porque los motores, desde el origen de la marca, siempre han sido fabricados pensando en los pescadores japoneses que trabajan duro, que no tienen tiempo para cuidar mucho los motores, y que arriesgan sus vidas adentrándose en el mar todos los días. La respuesta a esas necesidades son las bases de las características fundamentales de un motor Tohatsu. El porcentaje de fallas, roturas o problemas de garantías es realmente bajísimo en Tohatsu.

Bab –¿Qué dificultades presentaba, hace 25 años, trabajar con una compañía de un país culturalmente tan diferente al nuestro?
D. C. –Las mismas que representan hoy en día. Los funcionarios japoneses han occidentalizado su forma de vestir o sus gustos musicales, pero

Todas las opciones

Motores 2 tiempos (en hp) • Carburados

140 120 115 90 70 60 50 40D 40C 30 25 18 15 9.9 9.8 8 6 5 4 3.5B 3.5A 2.5

Motores 4 tiempos (en hp)

30 25 20 15 9.8 8 6 6 Sail Pro 5 4 3.5 2.5

Motores 2 tiempos TLDI (en hp) • Inyección de combustible

115 90 75 50 40

negociar con ellos sigue siendo tan difícil como entonces. Realmente nuestras culturas son diametralmente opuestas y eso es siempre un desafío y una dificultad.

A eso sumale, las grandes distancias y la falta de sistemas de comunicación que había entonces, en comparación con las herramientas que tenemos hoy en día.

Bab –¿Cómo se fueron salvando las diferencias y las distancias? ¿Cómo se fue logrando la confianza necesaria para seguir creciendo juntos?
D. C. –En base al contacto personal. Nuestra calidad y hospitalidad han sido buenas herramientas. El poder conocer nuestras costumbres, nuestra casa, nuestra familia, y tratando siempre de entender la necesidad y mentalidad del otro. También demostrando seriedad, planificación, honestidad, e intentando siempre mejorar. El esfuerzo y la fidelidad a la marca han sido valores importantes que ellos han sabido apreciar.

> "En aquel entonces la náutica, como negocio, tenía una concepción muy tradicionalista y un tanto elitista, y nosotros rompimos un poco con eso. Por ejemplo, a mediados de los '80 nadie te vendía un motor suelto si no le comprabas la embarcación. Era todo muy estructurado"

Bab –¿Cuáles fueron los momentos de mayor dificultad que debieron afrontar en estos 25 años?
D. C. –Los japoneses planifican todo y son muy estructurados. Cada motor que se recibe en Argentina ha sido ordenado por nosotros seis meses antes a través de un sistema de *forecast* que para ellos es fundamental para organizar su producción. Ante ese panorama y toda su milenaria filosofía, ¿cómo les explicás los vaivenes de la Argentina, la hiperinflación del '89, la salvaje devaluación de 2001, los cambios de políticas económicas constantes? Sin dudas esos fueron los momentos de mayor dificultad: las cíclicas crisis de nuestro país.

Invitados destacados

Entre los días 19 y 24 de julio de 2010 visitaron el país Kuniharu Maki (Manager de Ventas al exterior) y Genki Tamura (Encargado de Ventas para América), importantes funcionarios de Tohatsu Corporation. Durante la estadía se planificó la política de ventas para 2011 y los futuros pasos en la región. En estos momentos Tohatsu Corporation está produciendo desde su fábrica de Nagano un 25 por ciento del total de los motores fuera de borda fabricados anualmente a nivel mundial, y el objetivo principal es continuar creciendo en la región, en base a la calidad de los motores Tohatsu y su conocida reputación como motor de alta calidad, durabilidad y bajo mantenimiento, y el servicio al cliente. Además, aprovecharon la oportunidad para distinguir a Tohatsu Argentina (Arcasu S.A.) por sus 25 años como importador y distribuidor Tohatsu en este país, por su política de mejora continua de atención al cliente y por tantos años de fidelidad y amistad con Tohatsu. Los representantes extranjeros visitaron a comercializadores, astilleros, guarderías, marinas y servicios técnicos en Buenos Aires y Rosario, consolidando las relaciones, certificando el potencial de Argentina, y la posición de crecimiento para los años futuros.

Bab –¿Y cuáles son los recuerdos más gratos recogidos en este tiempo?

D. C. –Humildemente, creo que el ingreso de nuestra empresa al mundo de los negocios náuticos le dio un soplo de frescura al mercado de la venta de embarcaciones y motores en la Argentina. Llegamos con otras ideas, con un concepto diferente del negocio, siendo más agresivos, y rompiendo algunos esquemas. En aquel entonces la náutica, como negocio, tenía una concepción muy tradicionalista y un tanto elitista, y nosotros rompimos un poco con eso. Por ejemplo, a mediados de los '80 nadie te vendía un motor suelto si no le comprabas la embarcación. Era todo muy estructurado. No sé si mejor o peor pero nosotros teníamos otro concepto. Empezamos a generar la cultura de vender motores sin embarcaciones, a financiar los motores a través de los bancos, a realizar campañas publicitarias agresivas, novedosas, y constantes. Consolidamos una red nacional de ventas y servicio técnico, publicábamos los nombres de todos los integrantes de esa red en nuestros avisos, cosas que antes no se hacían nunca. También nos hicimos amigos de los pescadores, quienes tienen un gran concepto y respeto por el motor Tohatsu. A principios de los noventa tuvimos una explosión de ventas tremenda y ese espaldarazo fue vital para consolidar la marca. Fueron años de viajar mucho y de generar toda la estructura y todo el prestigio que mantenemos hoy en día.

"Desde siempre Tohatsu ha fabricado motores que tienen tres características fundamentales: son sencillos, duros y confiables. Y esto se nota cuando lo comparás, mano a mano, con otro motor. Esto es así porque los motores, desde el origen de la marca, siempre han sido fabricados pensando en los pescadores japoneses que trabajan duro, que no tienen tiempo para cuidar mucho los motores, y que arriesgan sus vidas adentrándose en el mar todos los días".

Bab –¿En qué aspectos la empresa fue mostrando un crecimiento sostenido y cuál es su proyección para los próximos 25 años?

D. C. –Hoy en día somos los representantes de Tohatsu en Argentina, Uruguay, Paraguay y Brasil, y eso se ha dado porque hemos crecido sostenidamente, pese a todos los vaivenes de la región durante estos años. En 1998 abrimos nuestra oficina en San Pablo y fundamos Abrasu Com. Ltda, esta expansión fue fundamental para nosotros y para Tohatsu en Sudamérica. En Uruguay y Paraguay no tenemos filiales directas sino que vendemos a través de sub-distribuidores. No puedo dejar de mencionar a Miguel Estades, quien es nuestro distribuidor en Uruguay desde hace más de diez años y fue con quien hicimos nuestro primer negocio con Tohatsu en el exterior. Para el mediano plazo el objetivo es consolidar nuestras posiciones y crecer. De la fábrica de Tohatsu salen el 25 por ciento de los motores que se producen anualmente en el mundo y eso será de mucho peso en los próximos años.

Bab –¿Qué metas le gustaría que Arcasu SA pudiera alcanzar en el futuro que aún no haya logrado?

D. C. – Argentina es un país tremendamente vasto y variado en escenarios para disfrutar de la náutica y todos los deportes relacionados con ella. Y la navegación es un plan ideal para compartir con amigos y familia para disfrutar de momentos gratos. Definitivamente, nos gustaría contribuir para que la náutica sea una actividad cada vez más popular