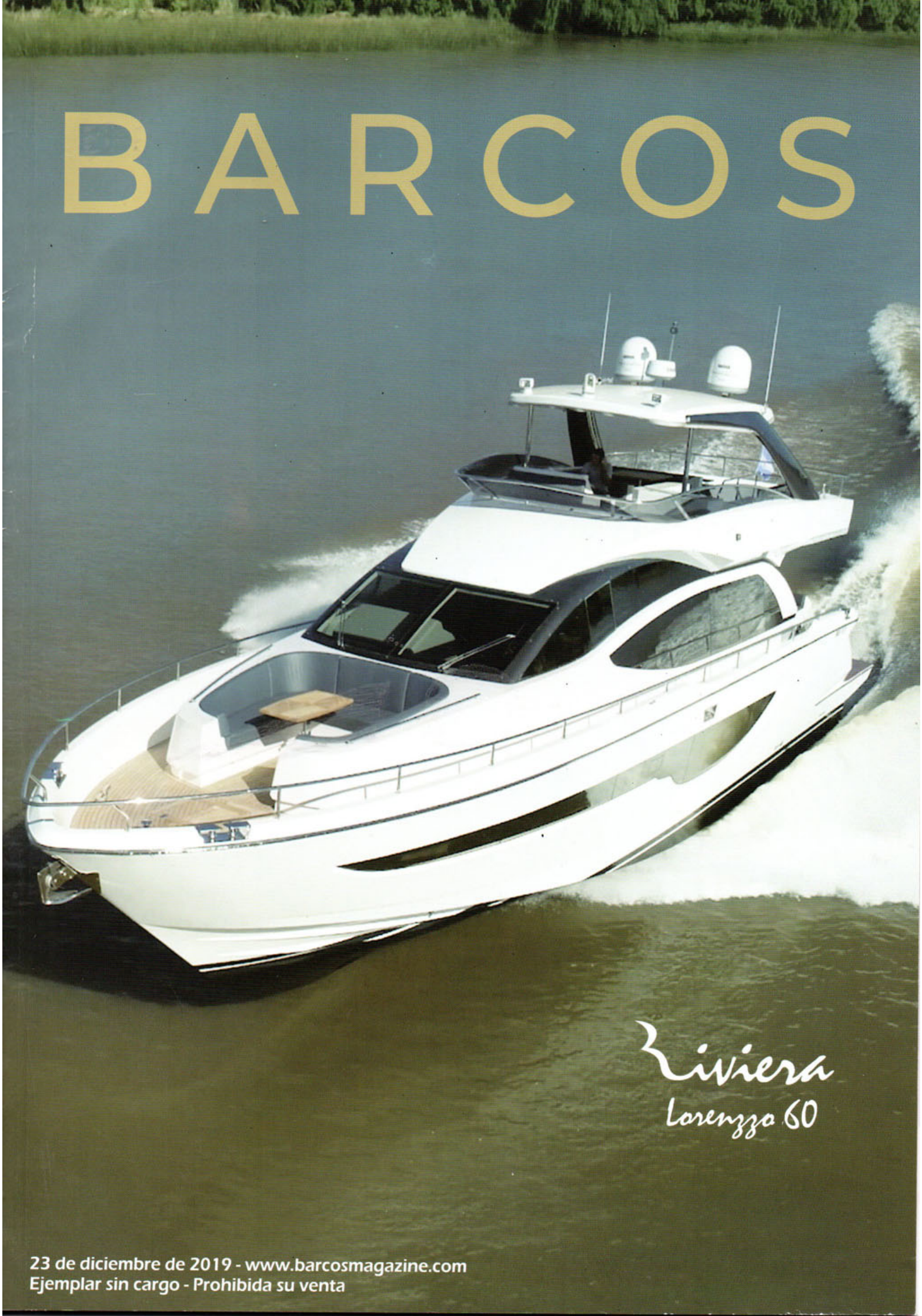
BARCOS



23 de diciembre de 2019 - www.barcosmagazine.com
Ejemplar sin cargo - Prohibida su venta

ARCASU
Estrategia pura

Texto y fotos: Gustavo Revel

Las multimarcas que Arcasu representa son muy dinámicas, siendo Tohatsu la estrella del la firma.

Arcasu tiene ya 35 anos de vida en nuestro medio. Su historia es mucho más que un relato de esfuerzos y trabajo. Arturo Curatola, junto a sus hijos Dario y Dante, mantienen una simbiosis especial permitiendo que sus multiples unidades de negocio, donde la náutica ocupa un lugar preponderante, tal vez, la mimada del grupo. Esta es una historia especial.

Tuve el placer de conocer a la familia Curatola a fines de los 80. Don Arturo está cercano a las ocho décadas de edad, pero no parece; sigue con la misma pasión y trabajo riguroso que tenía treinta años atrás. Sigue traccionando proyectos con su espíritu batallador, sin inmutarse. Nunca pierde tiempo. Es más, creo que odia perderlo sin que sea productivo, incluso en los pequeños placeres cotidianos. El grupo Curatola sostiene varios emprendimientos y empresas, entre ellas la que nos convoca, Arcasu S.A. Darío es la cara visible de esta firma, asociada especialmente a los fuera de borda Tohatsu. También maneja otras empresas. Dante, por su parte, participa en las decisiones tomadas pero tiene en sus obligaciones cotidianas mantener activos otros frentes de negocio. Padre e hijos se complementan en singular alquimia. Arturo es por naturaleza líder en lo que se proponga, es un estratega. Y sus hijos han sabido aprender y toman sus propias decisiones. Pero Arturo es el consultor buscado en cada paso importante que el grupo propone o necesita. Entre las dos generaciones se retroalimentan y pueden obtener logros de todo tipo. Tuve una grata sorpresa al escuchar en varias partes de la historia frases poco habituales: "nos equivocamos en... creíamos que... no fue como pensábamos...", terminología sólo aplicable por quienes entienden que los errores muchas veces se pagan, y son el peaje de la experiencia necesaria para subir a un escalón mas alto al volver a intentar. Así las cosas, empezamos con esta amena e interactiva charla.

Barcos : Empecemos con Ud. Arturo. ¿Cómo se inicia en la náutica?

Arturo Curatola: Empecé como motonauta; compré una embarcación Pagliettini con un 90 hp, a mediados de los setenta, como consecuencia de un amigo que me invitó a navegar, Raúl Mourino. Era un buen plan de diversión familiar. Lo disfruté mucho. Paralelamente, practicaba buceo y fui varias veces presidente de un club que se llamaba Ases (Agrupacion Sudatlántica de Expediciones Submarinas). Eso me mantenía ligado a la náutica, con las excursiones maritimas para ir a bucear. Por esos años hice un viaje de negocios a Japón para ver la novedad en comunicación: los faxs, que recién habían salido. Al llegar allí nos dimos cuenta que esos faxs no iban a funcionar en Argentina porque los teléfonos tenían distintos ciclos. Fue un viaje donde el propósito principal era abrir una via de negocios, y el primero habia fracasado. Quien me acompañaba me dijo: ¿no querés ver motores fuera de borda? Fuimos a

Yamaha, que buscaba un representante en la Argentina. Charlamos largo rato, y todo venía bien hasta que alguien me llamó desde Buenos Aires al hotel, haciéndome notar que ese negocio tenía ya un representante en el país, cosa que los funcionamos me negaron. Es más, ellos me ofrecieron la posibilidad... pero, uno sabe los códigos comerciales y me corrí. Entonces, mi amigo, habiendo fracasado lo de Yamaha, me ofrece ir a otra empresa que quería recomponer la exportación hacia Argentina, y me contacta con Tohatsu. Este amigo hizo lo imposible para que mi viaje sea fructífero en cuanto a negocios.

Barcos: ¿Allí se cerró el trato?

Dario Curatola: La gente de Tohatsu siguiendo sus protocolos lo llamaron y papá pudo cerrar el negocio. Tohatsu había tenido representación en Argentina desde 1978 a 1981, en manos del astillero Bordiga. Desde 1981 al 85, donde tomamos la marca, Tohatsu había desaparecido, es decir, Bordiga dejo de importar porque la situación del país se había puesto dificilísima. Ergo, debimos remontar los años de orfandad sin motores, repuestos y servicios...

Dante Curatola: Nos pusimos en contacto con la gente de Bordiga, le compramos los repuestos que tenía en stock... de eso me encargué, vine con el auto lleno de repuestos, lo recuerdo perfectamente... mil dólares de repuestos dentro del auto, miles de cajas y cajitas (risas).

A.C: Recuerdo si que hicimos una campaña increíble de difusión... fuimos a la exposición de Cacel, en la Rural, publicidad en todos los medios gráficos, en ATC (antiguo Canal 7 para los más jóvenes).

DaríoC: Empezamos remando muchísimo porque en la expo todos venían a putearnos, y nos matábamos explicándoles que éramos otra empresa... fue duro, desprestigio de la marca, empezamos de menos diez... así que hicimos un montón de trabajos e inversiones...

DanteC: Y nos dimos cuenta algo después que las inversiones habían sido desproporcionadas, porque como la gente pedía repuestos, compramos stock de repuestos de los que aún tenemos... miles!! (risas).

A.C: El error conceptual fue nuestro. Contratamos a un señor que había trabajado en General Motors y que sabía sobre control de stocks de repuestos y demás... pero, de automotores! Los fuera de borda tienen otro uso, desgaste, no se rompen tanto, y nosotros, ante las dudas y la disconformidad de la gente dijimos "¡hay que tener repuestos!", y aún tenemos (risas). Ese fue una inversión desproporcionada, asi arrancamos...

Barcos: Viendo que esta charla es de ida y vuelta entre todos, ¿cuándo es que los chicos se integran a la empresa?...

A.C: Muy pronto, apenas tenían edad suficiente ellos mismos vinieron a ayudarme. Era otro frente de negocios más, un nuevo desafío y más ayuda era bienvenida. Yo no podía ocuparme de todo.

DaríoC: Yo empecé a trabajar aquí en 1986. Desde ese año hasta 1989 se vendía muy poco porque el país estaba en llamas... económicamente hablando. Era una unidad de negocios nueva, que estaba germinando, estábamos aprendiendo cuáles eran los jugadores del rubro, cuáles eran los medios, armar la parte de repuestos, concecionarios, precios... al no haber muchas ventas por el tema económico, nos fuimos armando...

Barcos: ¿Y cuándo fue el despegue?

DanteC: El click fue brutal cuando empieza el 1 a 1, en los 90, donde de no vender casi nada pasamos a vender más de mil motores por año. Fue una explosión brutal y desproporcionada para la expectativa de negocios que teníamos...

DaríoC: Así fue que nos tuvimos que poner firmes, en pocos meses, y terminar toda una estructura que venía creciendo despacito: una red de ventas, red de servicios, estructura publicitaria, todo a nivel país...

A.C: Llegaban los containers y la gente esperaba en la puerta para que le entregáramos los motores. Nunca vivimos eso.

DaríoC: Eso tuvo una razón, porque Argentina venía como con diez años de retraso en reposición de motores, ya que fueron años muy desfavorables en lo económico. La última oleada de ingreso de motores fue en 1981, igual que con los autos y las motos. Fue allí cuando Arcasu toma fuerza de empresa netamente náutica, separándola de otras unidades de negocio.

Barcos: Muy claro lo de Tohatsu, pero ustedes también apostaron, y aún lo hacen, a la venta de embarcaciones importadas y nacionales, estas últimas en emprendimientos generados por ustedes...

DarioC: Cuando llegamos al mercado, algo nos diferenció. La mayoría de los importadores de motores eran astilleros. Te vendían los motores si comprabas la lancha. Nosotros vendíamos los motores, era una dinámica de trabajo muy buena, en especial al interior del país.

DanteC: Participamos en muestras y exposiciones del interior y vimos como era el mercado, las necesidades y demás, y decicimos ampliar la oferta.

A.C: Los chicos hicieron varias experiencias... recuerdo algunas con los semirrígidos de BIM, con motores de 40 hp (el equipo Tohatsu), otras con botes de pesca nacionales, botes semirrígidos Caribe, incluso, venían los tubos de Venezuela y fabricamos los fondos aqui, motores fuera de borda Selva, unos equipos de Brasil llamados Pety, Star Line y las marcas actuales Highfield y MetalGlass...

A.C: Star Line merece un capítulo aparte...

DaríoC: Sí, fuimos precursores, trajimos los primeros modelos tracker desde Chile, y casi sin darnos cuenta, se proliferaron en forma exponencial en el mercado local. Fue un nicho importante, ya que no había embarcaciones de trabajo o deportivas de esas cualidades.

DanteC: Era lógico que los modelos se copiaran, se mejoren y en muchos casos se alivianaran, porque eran botes para trabajo duro, para entrar en las caletas chilenas del Pacífico, arrastrarlos en la playa, o pasar por lechos rocosos. Eran tanques de guerra, y alguien que quiera ir a pescar a Junin, por ejemplo, no necesitaba esa embarcación. Igualmente, debimos haber apostado a construir nosotros pero, las circunstancias de ese momento eran otras. Nos ganaron de mano... por falta de experiencia no tuvimos esa visión comercial.

DarioC: Perdíamos mercado por el plástico que tenía, pero hicimos un gran trabajo de campo en la pesca artesanal.

A.C: Estos libros (cuatro tomos prolijamente encuadernados de fotos, recortes de diarios y textos que resguardaban toda la tarea que Arturo hizo en el Municipio Urbano de la Costa, por el tema de pesca Artesanal entre otras actividades sociales) son la historia pura de lo que se trabajó. Los hice fotocopiar, los originales están en el Municipio. Siempre tuve casa en la costa, hasta que un día me decidí ir a pescar, desde la playa. La pesca era buena, pero sabía que unos metros agua adentro había mejor pique. Armé un flotador muy particular, no quería experimentar con el gomón, y sí, ví que la pesca en ese lugar era fabulosa, apenas unos metros hacia adentro. Mi comentario fue a los chicos, respecto a que allí habría posibilidades de unas buenas capturas pero no a nivel deportivo, sino micro emprendimientos. Comencé a investigar y los chicos por su lado, no había internet te recuerdo, y llegamos a Star Line, entendiendo que el tema pesca en nuestro hermano país tiene un desarrollo abismal respecto del nuestro. Viajamos, nos asesoramos y realizamos el primer pedido. El camión llego de Chile con botes, siendo descargados directamente en Mar del Tuyú, donde se

las entregamos, con motores Tohatsu, a los referentes de pesca de la zona, con planes de pago excepcionales. Allí empezó a tomar volumen el tema de la pesca comercial, y se multiplicó en otros puntos, como en San Antonio Oeste. Fue un buen trabajo que lo complementamos desde el club de pesca de la zona, donde hicimos un destacamento para Prefectura, la parte de abajo para el Club, el primer piso para la Prefectura, a los efectos de la seguridad y el despacho de estas embarcaciones. Recuerdo haber armado un viaje en Guardacosta donde participaban los concejales del partido de la Costa, a los efectos de concientizar sobre el alcance de este tipo de tareas (pesca artesanal) y la presencia de la Prefectura en esa zona, ya que había bastante pesca furtiva desde el lado de Uruguay. Inauguramos desde frente a las aguas de Mar del Tuyú la temporada náutica, y la incipiente pesca artesanal. Hicimos raids motonauticos, con el club zonal, contratamos un adicional de Prefectura para que resguarde la seguridad de los equipos que salían a pescar... grandes esfuerzos por activar la motonáutica y además, mostrar y comercializar nuestros productos más importantes. Fue una buena tarea y quedan mil recuerdos. También llevamos la Prefectura a las Toninas. El Club era Club Náutico Mar del Tuyú luego rebautizado Club Náutico Partido de la Costa... hicimos un estudio de prefactibilidad de un puerto deportivo...

"Nos reunimos todas las veces que podemos, pero estamos siempre informados de lo que cada uno hace" dice Darío mientras realizábamos las tomas.

DaríoC: Todo este esfuerzo lo vivíamos a diario, Arturo nos abrumaba de trabajos nuevos.

Barcos: ¿Arturo, hoy sigue delegando tareas o es un mero consultor de sus hijos?

A.C: Es mi forma de trabajar... hace rato le delegué todo, pero trato de seguir aportando. A los 53 años me infarté en Mar del Plata, en una exposición náutica; me repuse y seguí trabajando pero cada uno tiene sus propias obligaciones. Los chicos son muy responsables.

Barcos: Cuando surge un negocio, proyecto o problema: ¿se juntan a debatirlo?

A.C: A veces, tratamos, cuando se puede, hay autonomía. La diversidad de productos y negocios que tenemos... ahora que lo pienso es un milagro que sigamos operando (risas).

DanteC: Tambien trajimos motos de agua Sea Doo...

DaríoC: Cierto! Nos olvidamos. Por esos años, nos postulamos para ser representantes en el país. Nos visitó un canadiense de Bombardier. Los candidatos eran Oscar Guerrero y nosotros. El visitante determinó que Guerrero tenía un gran potencial económico y mucho conocimiento de mercado (de motos de calle con red de ventas importante) y nosotros teníamos experiencia en náutica, ergo, hizo un acuerdo o convenio donde Guerrero era importador oficial y nosotros distribuíamos motos en náuticas y ellos en concesionarios de motos. Ese acuerdo duró unos tres años, vendimos unas trescientas motos de agua, y luego se complicó porque era difícil mantener las exclusividades, el precio, sumada la recesión final del 1 a 1, y se diluyó el negocio en el 2000 con la crisis.

Barcos: ¿Cómo ven el panorama futuro?

DaríoC: A través del tiempo, la elección de nuestro negocio fue la importación. Nos gustaría hacer más cosas, nacionales, tenemos muchos proyectos, tenemos acuerdos con astilleros nacionales, tenemos que acomodarnos siempre a las circunstancias, se cierran o se abren las importaciones, eso en cuanto a los motores, sumamente necesario para los proyectos. Desearíamos tener un período económico más o menos prolongado y estable para poder hacer inversiones en proyectos nacionales, porque cuando se industrializa, desde el proyecto, hasta que el producto sea construído y comience la rueda, pasan meses o años, y en Argentina en un año todo puede pasar, es muy difícil, todos lo sabemos....

Barcos: ¿Abrasu sigue viva?

DanteC: Si, pero vale explicar esto. Por el 93, teníamos problemas con el entreport con Uruguay. Muchos navegantes compraban motores, siendo allí un mercado muy chico. Por ese motivo, solicitamos a Japón tener los dos países para regular el tema, que no nos autocompitamos. Nos dieron el OK, y el tema esta a cargo de Miguel Estades, nuestro representante en Uruguay, excelente persona.

DaríoC: En 1996 nos animamos ante la orfandad de representantes en Brasil, pedir a Japón que nos diera esa exclusividad, fue un mega proyecto, Dante se encargo de eso, hizo una empresa nueva bajo las leyes brasileras, con un socio brasilero. Llegamos a instalarnos y distribuir. Con todo lo que paso (mercado difícil, grandes distancias, política comercial brasilera e idiosincrasia de ese país, con los mismos problemas que aquí) decidimos delegar la importación a tres empresas que se encargan de la distribución en tres áreas de Brasil. Nosotros viajamos, marcamos objetivos, asesoramos, ponemos metas etc. Viajamos cada dos o tres meses y seguimos creciendo a paso medio. La marca está bien vista, pero competimos con Mercury y Yamaha, además de Bombardier, que están instalados allí, en forma directa. Manaos tiene ventajas impositivas y se ensamblan motores. Pero hay mercado y mucho por hacer.

DanteC: Y hace cinco anos tenemos la representación en Paraguay de Tohatsu, un buen acuerdo integral. Imad es quien nos representa, gente excelente también.

La charla se prolongó por largo rato, como es habitual cuando todos los protagonistas se conocen y conocen de lo que se habla. Arturo seguía la charla sin dejar de hacer algo... su formato de trabajo no amerita cambios, funcionó siempre y asi seguirá. Ambos hermanos hablan con conocimiento. Darío es más directo y Dante es más pensante. La palabra simbiosis calza perfecto. Repasando toda la charla, concluyó que Arcasu no es una empresa importadora... fue, es y será una usina de negocios náuticos, fundada por un gran estratega y manejada hoy por dos empresarios todo terreno. ■