

Nº  
**13**  
Año  
**03**

RED DE SUCURSALES  
AMPLIACIONES EN CDS CÓRDOBA  
Y EN CDS LOGÍSTICA  
**03** >  
pg.

CDS MAG ES UNA PUBLICACIÓN DE CRUZ DEL SUR  
Septiembre 2014 / Nº 013 AÑO 003

CENTRO DE ATENCIÓN AL CLIENTE  
T (011) 4480 6666 / M. info@cruzdelсур.com  
www.cruzdelсур.com.ar

**CRUZ DEL SUR**  
Su negocio en buenas manos.

# CRUZ DEL SUR

MAGAZINE DEPARTAMENTO DE MARKETING  
CRUZ DEL SUR

Linked   
Cruz del Sur

twitter   
@cruzdelсурarg

facebook  
cruzdelсурarg



## ATENDIENDO LAS CONSECUENCIAS DE NUESTRO DESARROLLO

AMPLIACIONES EN CDS CÓRDOBA Y CDS LOGÍSTICA



pg  
**09**  
>

LA ALAZANA  
NUESTROS CLIENTES



pg  
**15**  
>

ARSAT-1  
ORGULLO NACIONAL

Nº

13

Año

03

pg. 03  
ATENDIENDO LAS CONSECUENCIAS  
DE NUESTRO DESARROLLO  
RED DE SUCURSALES

pg. 05  
DONÁ SANGRE, DONÁ VIDA  
RSE EN CRUZ DEL SUR

CDS CÓRDOBA PRESENTE  
EN EL 7MO. COLOQUIO INDUSTRIAL  
EVENTOS CDS

pg. 07  
NSA ABERTURAS  
NUESTROS CLIENTES

pg. 08  
CREANDO VALOR AL SERVICIO  
DE NUESTROS CLIENTES  
GESTIÓN DE PROCESOS

pg. 12  
MAR DE COBO  
NUESTROS CLIENTES

pg. 13  
BRAND MANAGEMENT  
MARKETING & RRHH

pg. 14  
GALERÍA DE IMÁGENES  
EVENTOS & ACCIONES

pg. 15  
ORGULLO NACIONAL  
NOVEDADES CDS

pg. 17  
PATAGONIA SUR LIBROS  
RSE EN CRUZ DEL SUR

V

pg.

09

LA ALAZANA

TRADICIÓN, CALIDAD Y PASIÓN  
GENERANDO UNA NOTABLE  
IMPRONTA PATAGÓNICA  
NUESTROS CLIENTES

Te presentamos la primer  
destilería de whisky de malta  
de nuestro a país.

## CDS MAGAZINE

CDS MAGAZINE es una publicación de  
Victor Masson Transporte Cruz del Sur S.A.

Septiembre 2014  
Edición Nº 013 / Año 03  
Tirada 10.000 ejemplares

www.cruzdelsur.com.ar

por **Mariela Menghini**  
Directora de Marketing

*Cuando comenzamos la gestión de nuestra revista, el objetivo principal era reflejar el accionar cotidiano de CDS, que desborda los márgenes de la actividad logística en sí y además, evidenciar la labor de nuestros clientes, que se distinguen al igual que nosotros, por su dedicación, compromiso y esfuerzo diario. No sólo trabajamos desde la política de los resultados, nos interesan el camino, las propuestas innovadoras, la evolución, la trayectoria y la experiencia ganada con disciplina y convicción.*

*En esta ocasión, y porque nos ocupamos y atendemos las consecuencias de nuestro desarrollo, ampliamos y mejoramos nuestra nave de Logística y la sucursal CDS Córdoba.*

*Presentamos a tres de nuestros clientes que son evidencia de vocación, constancia y excelencia: La Alazana, la primera destilería artesanal de whisky de malta del país; Mar de Cobo, distribuidora de artículos de limpieza profesional y Nuevo Santiago Aberturas, líder en venta de aberturas y productos anexos. Tres ejemplos de negocios diferenciados que se aúnan en nuestro servicio y se distinguen en su área.*

*Además, seguimos apoyando iniciativas de RSE que nos identifiquen, en este caso junto a Patagonia Sur Libros, apoyando su oferta cultural y a su vez, ubicando donaciones de ejemplares en zonas vulnerables. También, acercamos los números de nuestro programa de reciclaje, para demostrar la dimensión y la importancia de formar parte de estas medidas sustentables; teniendo en cuenta que en el mes de noviembre la Fundación Garrahan buscará batir un Record Guinness, hito muy importante para la promoción y difusión de estas importantes disposiciones.*

*Siempre cerca de las novedades, compartimos la hazaña de nuestro cliente INVAP en el desarrollo del ARSAT-1 (el primer satélite geostacionario argentino) y nuestra colaboración en dicha operación a través de nuestro servicio.*

*Interesados en las últimas tendencias del mercado, mostramos algunos de los eventos en los que incursionamos para estar a tono con lo que sucede en nuestra actividad.*

*Esperamos que las mejores ideas sigan aflorando en quienes nos apoyan y alientan en este gran recorrido que iniciamos hace casi seis décadas. Buscamos, siempre con optimismo, acción y criterio, continuar aportando valor a nuestra tarea, manteniendo una clara comunicación con quienes nos elige, sosteniendo con responsabilidad y empuje el principal ingrediente: el trabajo en equipo.*

### STAFF

Dirección Mariela Menghini / Coordinación, Diseño & Diagramación Alberto Viani  
Redacción & Corrección Laura Schutman / María de los Angeles Kruk



**PARTICIPACIONES ESPECIALES** Jorge Vivas (Responsable Comercial CDS Córdoba); Pablo Duarte (Gerente de Logística COL); Marcelo Galván (Gerente de Ventas Interior); Carlos Cáfora (Gerente de Gestión de Procesos); Damián Ballester (Director Técnico COL); Luis Cagnone (Coordinador Tecnológico); Roque Guerrero (Jefe de Tráfico Local); Hernán Pernigotti (Gerente de CDS Santiago del Estero); Mariano Borysiuk (Gerente de CDS Bariloche); Sergio Luquet (Gerente CDS El Bolsón); Eduardo Aguirre (Gerente CDS Ushuaia); Luis Latour (Gerente Comercial CDS Mendoza); Fernando Camera (Ejecutivo de Cuentas CDS San Juan Servicios Mineros); Pablo Deniz (Almacén de Pallets COL).

**AGRADECIMIENTOS** Gabriela Snaidas (Comunicación Banco de Sangre de la Fundación Garrahan); Ezequiel Paura (Fundación Equidad); Mario David Guido (Socio Gerente NSA); José Cura (Departamento Contable NSA); Alejandro Orso (Diseñador Gráfico NSA); Néstor Serenelli (Socio La Alazana); Lila Serenelli (La Alazana); Pablo Tognetti (Socio La Alazana); Rubén Bellofiore (Titular de Mar de Cobo); Eduardo Rodríguez Lubary (Responsable de Relaciones Institucionales y Comerciales INVAP SE); María Florencia Masoero (Relaciones Institucionales y Comerciales INVAP SE); Mario Alfredo Pazos (Titular Patagonia Sur Libros); Jorge Alberto Rodríguez Correa (Patagonia Sur Libros); Pablo Lechuga (Área Comunicación de Fundación Garrahan).

# ATENDIENDO LAS CONSECUENCIAS DE NUESTRO DESARROLLO

SUMAMOS 2000 M<sup>2</sup> DE ALMACENES EN BUENOS AIRES Y CÓRDOBA  
PARA SEGUIR MEJORANDO NUESTRO SERVICIO

CDS / Red de Sucursales / CDS Córdoba & CDS Logística

Con una inversión de más de 25 millones de pesos, continuamos correspondiendo a las exigencias de nuestra actividad, ampliando nuestra oferta de espacios.

De la operación, un porcentaje del 90% fue destinado a las remodelaciones de una de las naves de nuestro Centro de Operaciones Logísticas (COL) en el Mercado Central, y el resto para la duplicación del espacio de nuestra sucursal corobesa.

## EL COL SE EXPANDE

En el Mercado Central, en nuestro Centro de Operaciones Logísticas (COL), iniciamos hace aproximadamente tres meses la extensión de la nave L1 perteneciente al área de Logística, dedicada al mercado Pharma. “Esta unidad de negocios sigue creciendo y coherentes con esta evolución, en CDS

continuamos correspondiendo a estos cambios con el plan de remodelaciones que exigen estos incrementos y los nuevos requerimientos en la actividad, amalgamándonos con las buenas prácticas de este apasionante rubro de la salud humana” explica Pablo Duarte, Gerente de Logística de CDS.

Esta nueva acción incrementará en un 75% el área de preparación y despacho con la incorporación de 1400 metros cuadrados.

También se prevé la construcción de una cámara con 392 posiciones para frío (temperatura de 2°C a 8°C), sensores de medición y monitoreo de temperatura de última tecnología. La ampliación, además, incluye la instalación de oficinas administrativas, más una etapa final en la que se climatizará todo el depósito y se instalarán sprinklers o rociadores automáticos para el control de incendios.

“Cruz del Sur como empresa de transporte y logística

considera que su gestión en la cadena de suministros está aportando un valor agregado por encima del negocio, y un servicio social. Sobre todo recientemente, que ha comenzado a participar en el almacenamiento y la distribución de productos de salud humana, lo que se suma a los rubros ya existentes de sanidad animal, minería y carga general”, comentó Duarte.

El Centro de Operaciones Logísticas interactúa con una vasta red de sucursales que cuentan con más de 70 instalaciones, entre las cuales también se gestan otros centros logísticos en puntos estratégicos del país. “Cruz del Sur es una empresa pujante y emprendedora, por ende cada centro logístico y sucursal es una oportunidad de fortalecer la cadena de suministros a través de la logística y distribución. Por esto los espacios son propios para la prestación de los servicios que brindamos a nuestros clientes y aliados estratégicos”, amplió el ejecutivo.

03

▼ *Crecimiento y especialización, dos pilares sobre los que se apoya nuestra División Logística.*



“LA INVERSIÓN Y APUESTA QUE REALIZA CRUZ DEL SUR ES SIGNIFICATIVA SI LA COMPARAMOS CON EL REPAGO QUE SE OBTIENE CON EL CRECIMIENTO Y APOYO A LA DEMANDA DEL MERCADO, LO QUE NOS HACE CRECER EN FORMA PERMANENTE, SOSTENIDA Y SUSTENTABLE”

Pablo Duarte, Gerente CDS Logística



▲ CDS Córdoba ha duplicado su capacidad para seguir evolucionando dentro del mercado.

04

Entre las principales diferencias que se pueden evidenciar en CDS, se encuentran los servicios personalizados y a medida como almacenamiento, distribución y acondicionamiento secundario de mercaderías. Infraestructura WorldClass, adecuadas a las más altas exigencias de los productos del mercado, sistemas informáticos de primer nivel, aplicación de buenas prácticas, recursos con capacitación específica y management estratégico.

“La inversión y apuesta que realiza Cruz del Sur es significativa si la comparamos con el repago que se obtiene con el crecimiento y apoyo a la demanda del mercado, lo que nos hace crecer en forma permanente, sostenida y sustentable”. Respecto de la marcha de las obras, nuestro ejecutivo concluyó:

“En cuanto al Centro de Operaciones Logísticas, el incremento de los 1400 m2 agregados a la nave L1 existente se encuentra en construcción y podrá estar operando próximamente”.

#### MÁS ESPACIO PARA LA SUCURSAL MEDITERRÁNEA

En CDS Córdoba, en el mes de junio, duplicamos los metros cuadrados cubiertos originales de nuestra sucursal mediterránea, pasando de 600 a 1200 entre depósitos, oficinas y dependencias. Más 500 metros cuadrados adicionales destinados a playa de maniobras para recepción de clientes y carga / descarga de camiones y vehículos de distribución.

“Se ha duplicado la superficie operativa de la sucursal. Anexamos un depósito contiguo, con idénticas dimensiones. Ubicado en el sector posterior, dentro de la misma nave, nos permitió modificar substancialmente el esquema operativo planteado original-

mente, ya que ahora contamos con cuatro portones de acceso a nuestras instalaciones, con sus respectivos sectores operativos. De esta manera, destinamos exclusivamente las dos superficies originales a la atención comercial, administrativa y operativa de los clientes que nos visitan; mientras que los dos nuevos espacios a las operaciones de consolidación y desconsolidación de nuestros equipos de larga distancia, así como también a la transferencia de cargas para la distribución y recepción de los retiros que realizan diariamente nuestras unidades locales. La ampliación de los movimientos y de la superficie de nuestra sucursal también trajo aparejada la consecuente necesidad de contar con mayor dotación de personal, creando nuevos puestos de trabajo, para poder abordar y sustentar adecuadamente nuestro franco crecimiento”, nos compartió Jorge Vivas, Responsable Comercial de la sucursal. Entre los factores que posibilitaron la expansión y fortalecimiento significativos de la terminal, hallamos: el aumento en la demanda de servicios de los clientes locales (que necesariamente se traduce en un importante incremento en el caudal de las operaciones), tanto en lo inherente a la cantidad de transacciones diarias y en los volúmenes de carga que se reciben desde el COL, como en los envíos que se despachan diariamente desde Córdoba hacia todos los destinos en el país.

Las remodelaciones consistieron en la localización del nuevo depósito que anexamos en el sector posterior del original, reduciendo al mínimo la inversión necesaria para la adecuación integral de las instalaciones.

“A un año de la inauguración de la sucursal, y luego de un periodo sumamente dinámico en la gestión

comercial y operativa, el impacto de nuestra imagen dentro del contexto local en el rubro industrial, comercial y de servicios es muy relevante y destacable. Seguimos trabajando juntos, diaria e incansablemente, en el abanico de posibilidades y oportunidades que nos brinda el mercado cordobés para nuestra actividad. Por eso, tenemos un reto que nos planteamos como equipo de trabajo: convertir a nuestra sucursal CDS Córdoba en el plazo más corto, en una de las más grandes e importantes de CDS. Sabemos que a mayor esfuerzo, mayores son nuestras posibilidades de alcanzar el crecimiento anhelado. Quererlo y desearlo es el primer paso y trabajar, tal como lo venimos haciendo, es estar ya caminando hacia el éxito”, agrega Jorge convencido. Inaugurada el año pasado en el Complejo Logístico Sur, sito en General Manuel Savio 5740, nuestra sucursal cordobesa forma parte de la apuesta por alcanzar todos los destinos posibles dentro del territorio nacional.

#### MARCANDO LAS DIFERENCIAS

Es a través de estos ejemplos con los que seguimos distinguiéndonos por nuestro servicio personalizado, flexible y en constante innovación. Entendemos que hoy, la calidad y el *knowhow* hacen la diferencia, por eso trabajamos día a día para brindar espacios y servicios de excelencia, atendiendo la administración de mercaderías de forma dinámica y segura. Con una base operativa certificada y equipamientos que posibilitan el manejo de materiales de la más diversa índole, abastecemos un abanico de diferentes demandas adaptándonos a cada exigencia.

**“A UN AÑO DE LA INAUGURACIÓN DE LA SUCURSAL, Y LUEGO DE UN PERIODO SUMAMENTE DINÁMICO EN LA GESTIÓN COMERCIAL Y OPERATIVA, EL IMPACTO DE NUESTRA IMAGEN DENTRO DEL CONTEXTO LOCAL EN EL RUBRO INDUSTRIAL, COMERCIAL Y DE SERVICIOS ES MUY RELEVANTE Y DESTACABLE. SEGUIMOS TRABAJANDO JUNTOS, DIARIA E INCANSABLEMENTE, EN EL ABANICO DE POSIBILIDADES Y OPORTUNIDADES QUE NOS BRINDA EL MERCADO CORDOBÉS PARA NUESTRA ACTIVIDAD.”**

# DONÁ SANGRE, DONÁ VIDA

## 2º CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE CRUZ DEL SUR JUNTO AL GARRAHAN



Nuestra primera experiencia en el mes de marzo, fue muy buena: 35 voluntarios dejaron su huella solidaria, se obtuvieron un total de 25 bolsas de sangre, de las cuales se consiguieron 25 unidades de glóbulos rojos, 25 unidades de plaquetas y plasma (*ver fotos*). Los glóbulos rojos se utilizan para el tratamiento de hemorragias y anemias. Las plaquetas son utilizadas en casos de hemorragias relacionadas con falta

de plaquetas y pacientes oncológicos. Su déficit es frecuente en las enfermedades malignas como leucemias y tras algunos tratamientos del cáncer. El plasma se envía a las plantas de hemoderivados para producir albúmina, útil para tratar a los pacientes con enfermedades hepáticas y quemaduras. El plasma se utiliza para elaborar concentrados específicos de proteínas, para tratar varias enfermedades como

la hemofilia y otros defectos de la coagulación, inmunodeficiencias con riesgo de padecer múltiples infecciones graves y trombosis, entre otras.

Nuevamente, el jueves 11 de septiembre, arribará la unidad de hemoterapia del Hospital Garrahan a nuestro COL, para realizar extracciones de sangre a los voluntarios, con personal profesional, adecuado y competente.



## CDS CÓRDOBA PRESENTE EN EL SÉPTIMO COLOQUIO INDUSTRIAL, ACOMPAÑANDO A LA UNIÓN INDUSTRIAL DE CÓRDOBA

05

Organizado por la Unión Industrial de Córdoba, los días 5 y 6 de Agosto en el Hotel Sheraton, se realizó este gran evento que reunió a importantes representantes del rubro, para debatir temas centrales que atraviesan el contexto actual. En esta oportunidad, el disparador del coloquio fue la pregunta: "¿Qué sociedad queremos como argentinos?". La consolidada exposición tiene exitosos

antecedentes producto de seis años anteriores, que sentaron las bases para la organización anual de estos encuentros; posibilitando un espacio al espíritu emprendedor de todos los sectores productivos de Córdoba, fruto de una historia rica en esfuerzos que permitieron el crecimiento de la industria. La Unión Industrial de Córdoba es una entidad gremial empresaria de segundo grado creada en

1961 para agrupar a todos los sectores de la industria, constituyendo un ámbito en el que se tratan las inquietudes sectoriales y se analizan las normas oficiales, nacionales, provinciales y municipales. CDS Córdoba dijo presente en el evento mediante representantes comerciales de la sucursal, apoyando al reconocido suceso e incorporando las novedades más relevantes del área.



## NOTICIAS CORTAS

### GESTIÓN DE PROCESOS CURSOS PARA FLETEROS DEL AMBA

A través de la gestión de nuestro Departamento de Gestión de Procesos, el 12 de Junio se iniciaron en nuestro COL, los cursos a fleteros de distribución del Área Metropolitana de Buenos Aires. Estas capacitaciones nos permitirán cumplir con requerimientos regulatorios y también exigencias de nuestros clientes.



### CDS Y FUNDACIÓN GARRAHAN JUNTOS POR UN NUEVO RÉCORD MUNDIAL DE TAPITAS

El sábado 29 de noviembre la Fundación Garrahan y la Fundación Sanar de Colombia, intentarán batir el récord mundial de recolección de tapitas de plástico. El evento "Tapitas Solidarias", se realizará simultáneamente en cinco ciudades argentinas y tres colombianas, en las que además se recibirán tapitas de Uruguay y Brasil. CDS colaborará con el traslado de las donaciones recolectadas en Buenos Aires, Cipolletti y Ushuaia, ciudades donde viene trabajando codo a codo con las referentes locales de la Fundación.

En 2011, nuestra empresa participó activamente cuando la Fundación Garrahan logró el primer récord mundial de tapitas, al juntar 91 toneladas, razón por la cual nos enorgullece renovar nuestro compromiso con este nuevo desafío.

Para obtener más información sobre el evento, los invitamos a contactarse con Fundación Garrahan:

T (011) 4941 1333 / 1276  
[www.fundaciongarrahan.org.ar](http://www.fundaciongarrahan.org.ar)  
[www.vaporlospibes.org.ar](http://www.vaporlospibes.org.ar)

## EXPO LOGISTI-K 2014

### UN IMPORTANTE ACONTECIMIENTO DEL RUBRO QUE REÚNE LO MÁS SIGNIFICATIVO DEL ÁREA

CDS / Eventos / Expologisti-k 2014

Los días 12, 13,14 y 15 de agosto, se llevó a cabo la 11° Exposición Internacional de Equipamiento, Tecnología y Soluciones para la Logística, el Flujo de Información y la Cadena de Abastecimiento. En este importante evento anual no faltó la participación de importantes referentes de diferentes áreas de la actividad: operadores logísticos, transporte, distribución, almacenaje, gestión; proveedores e integradores de software y sistemas de órdenes de pedido, control operativo

y gestión, inventariado, envíos y embarques; además de consultoría, ingeniería, capacitación profesional, operadores inmobiliarios, asociaciones. Expo Logisti-K reúne las principales tendencias del rubro, abriendo su espacio de interacción y prospección de negocios a las soluciones de integración de los procesos logísticos puertas adentro. Los especialistas acercaron las principales novedades, en espacios dispuestos para que el profesional pueda apreciar las soluciones.



### EN CRUZ DEL SUR NO SÓLO ACORTAMOS DISTANCIAS... ¡TAMBIÉN LA BRECHA DIGITAL!



CDS RSE / Cruz del Sur junto a Fundación Equidad

¡Seguimos junto a la Fundación Equidad! En enero de este año, se realizó la entrega de la primera "tanda" de material electrónico. Nuevamente, las áreas de Tecnología y Tráfico Local, reunieron todo ese material que ya no se utiliza y entregamos dos pallets de material electrónico en el taller del barrio de San Telmo (CABA), en dónde la ONG tiene sus instalaciones. La Fundación Equidad recolecta lo que

para muchas empresas y/o particulares es basura electrónica (computadoras, impresoras, escaners en desuso, entre otros), y a través de un equipo de jóvenes (que están en proceso de capacitación) se reparan para luego ubicarlos y donarlos a escuelas públicas de todo el país.

Nos gratifica contribuir a estas iniciativas que favorecen a la sociedad y al medio ambiente.



# NUEVO SANTIAGO ABERTURAS SIN LÍMITES PARA LA EXCELENCIA

CDS Santiago del Estero / Nuestros Clientes / NSA

Posicionada entre las mejores empresas en la venta de aberturas, Nuevo Santiago Aberturas (NSA), conjuga el reconocimiento de sus clientes con la mejor asistencia y calidad de servicio. NSA nació en Santiago del Estero en el año 2009, realizando sólo ventas a través de Internet con un pequeño grupo de trabajo guiado por su propio dueño, quien heredó de su madre el arte del comercio y un gran conocimiento en este rubro tan particular y específico. Progresivamente, este equipo se fue fortaleciendo profesionalmente, además de crecer como grupo humano. Contagiados por las ansias de desarrollo, emprendieron el desafío de refaccionar un galpón céntrico que, en sus comienzos, sólo ofrecía unas pocas aberturas (principalmente de algarrobo y chapa). Hoy es un amplio salón de ventas al público que cuenta con espacio suficiente para mantener un gran surtido de aberturas de diferentes tipos de materiales y posee oficinas destinadas a todo lo referido con operaciones de administración, compras, ventas por internet y logística.

## VERSATILIDAD Y ADAPTACIÓN AL ENTORNO

Sorpresivamente, la empresa tuvo que tomar la decisión de expandirse a dos puntos estratégicos de la provincia, debido al desarrollo urbanístico de la región. De esta manera, NSA inauguró dos sucursales: primero, en el Sur de la ciudad y luego en la localidad de La Banda, a 7 km de su casa central. Paralelamente, la firma incorporó un sector de logística. En esta área, se prepara la mercadería

vendida a través de Internet, para ser despachada fuera de la provincia.

“Mientras la empresa crecía, nuestros clientes demandaban productos anexos a nuestras aberturas como ser herrajes y vidrios, que debían adquirirse en otros comercios. Teniendo en cuenta nuestra política de satisfacción, incorporamos estos dos rubros como complemento. Decisión que generó una gran aceptación por parte de ellos”, comenta Mario David Guido, socio gerente de la firma.

NSA fue posicionándose en el mercado con fuertes campañas publicitarias, lo cual contribuyó al incremento de la variedad de aberturas. No obstante, la situación económica y social que atravesaba el país no era de las mejores. Ante este contexto, la empresa realizó convenios de precios y volúmenes de compra con proveedores importantes de aluminio y algarrobo; medida que les permitió mantener los costos estables y lograr los precios más bajos de Santiago del Estero, en algunos productos específicos. Estas alianzas estratégicas le proporcionaron a NSA la posibilidad de despegar y convertirse en el único negocio de Santiago del Estero que comercializa aberturas en forma exclusiva, agregando productos innovadores y trabajos realizados a medida, permitiendo la captación de otro tipo de clientes, como ser empresas de obra, arquitectos y profesionales del rubro de la construcción.

“Los clientes que nos visitan diariamente van desde los que buscan sólo el cambio de una abertura para su hogar, hasta los que están iniciando una obra, además de empresas constructo-

ras y revendedores. Principalmente, los clientes encuentran en NSA una atención personalizada y envíos a precios muy accesibles” destaca el titular.

## VARIEDAD, PROFESIONALISMO Y COMPROMISO

NSA comercializa puertas y ventanas como rubro general, pero también aireadores, puertas plegadizas, claraboyas, portones automáticos, entre otros artículos. Todos con (por lo menos) dos tipos de calidades, además brinda variedad de vidrios y estilos.

La empresa tiene un equipo de trabajo conformado por sectores claramente diferenciados e independientes. Si bien cada área posee una tarea asignada, todas las partes confluyen en un profundo compromiso, factor que los convierte en un grupo muy unido y coordinado, con una visión de evolución constante.

Además, este equipo cuenta con profesionales en las principales áreas de la empresa, como en los sectores Administración, Tesorería y Compras. NSA tiene un grupo de vendedores capacitados fuertemente en estrategias de venta, que atienden la Casa Central y las dos sucursales; así como también conserva personal especializado, encargado de toda el área de logística, despacho, carga y descarga.

Es importante destacar que, en su búsqueda por la profesionalización de las tareas y por compartir sus experiencias en el área, la empresa firmó un acuerdo con las dos universidades que se encuentran en la capital de Santiago del Estero para brindar un programa de Pasantías. De esta forma, mediante

la gestión de la Oficina de Empleo de la Provincia, celebra convenios de colaboración a través del “Plan Jóvenes Emprendedores”

## EL MOTIVO DE ESTA ALIANZA ESTRATÉGICA

Desde hace aproximadamente tres años, se generó entre NSA y CDS un vínculo comercial a partir de la necesidad de una empresa que envíe sus productos a todos los puntos del país, ya que los transportes anteriores no alcanzaban todos los destinos solicitados.

“El vínculo se fue afianzando, debido a la propuesta presentada por Cruz del Sur con su tarifa diferenciada y específica, entendiendo nuestras necesidades dada la particularidad de nuestros productos (...) Además, destacamos la atención personalizada y constante que recibimos, con nuevas e innovadoras propuestas que ayudan al crecimiento de NSA”, señala Mario David Guido.

## TIEMPO DE REFLEXIÓN Y DE PROYECTOS

NSA está celebrando su 5º aniversario, por eso consultamos sobre aquellos atributos que mejor definían a la empresa en estos años de trabajo, a lo cual nos respondieron: “Lo más importante para destacar en estos cinco años es la parte interna, nuestro capital humano. La coordinación existente y el ambiente de familia que logramos crear. Con respecto al negocio propiamente dicho, distinguimos la dinámica, la constante búsqueda de proveedores y alianzas estratégicas para poder satisfacer a nuestros clientes respetando nuestro slogan: *Los precios más locos*”.

En cuanto a sus próximos desafíos, NSA es fiel a su proyecto de constante crecimiento. Por eso, su primer proyecto concreto es la apertura de una nueva sucursal en la provincia de Catamarca, lo que implica la importante decisión de la adquisición de vehículos acordes para el transporte de la mercadería. Además de realizar esta importante inversión, y aprovechando esta expansión, NSA prepara nuevas políticas de venta hacia el interior de la provincia, satisfaciendo así una demanda que aún no está explotada.

Para nosotros, es fundamental que empresas de esta envergadura comercial y evolutiva, elijan nuestros servicios para impulsar sus negocios. Acompañamos a NSA en este nuevo aniversario de logros y proyectos próximos.





## CREANDO VALOR AL SERVICIO DE NUESTROS CLIENTES

*CDS / Gestión de Procesos / Entrevista a Pablo Ballester, Director Técnico del Área de Salud Humana de CDS*

Nuestra empresa realiza procesos de almacenamiento, preparación de pedidos, distribución y transporte de productos para la Salud Humana y Animal. Con una participación cada vez más importante en el flujo y movimiento continuo de medicamentos, estas operaciones deben realizarse bajo un Sistema de Gestión y Aseguramiento de la Calidad. Pablo Ballester, Director Técnico del Área de Salud Humana de Cruz del Sur, nos informa sobre aquellas actividades que encaramos para cumplir con dichos procedimientos.

**CDS Magazine / ¿Qué son las Buenas Prácticas de Almacenamiento, Transporte y Distribución de medicamentos (BPATD)?**

**Pablo Ballester /** Son un conjunto de normativas y criterios guía que tipifican el “QUÉ” cumplir y el “DEBER SER”. El “CÓMO” está relacionado a la traducción de dichas guías mandatorias al campo operativo, reflejada en el “ES” y establecida tanto por los criterios profesionales como por el SGC (Sistema de Gestión de la Calidad). Este último es integrado por un conjunto de procedimientos, instructivos y registros que definen los pasos para realizar una actividad; promoviendo la ejecución de los procesos en forma confiable y ajustados a los lineamientos de las disposiciones legales. Siempre focalizándonos en la satisfacción de los requerimientos y necesidades de los clientes vinculados, en una alianza basada en la generación de valor.

**CDS Magazine / ¿Cuáles son los objetivos de las Buenas Prácticas de Almacenamiento, Transporte y Distribución de medicamentos?**

**Pablo Ballester /** Los objetivos de las BPATD son :

- ▶ Garantizar calidad, seguridad y eficacia.
- ▶ Combatir la comercialización y dispen-

sación a la población de productos falsificados, adulterados, alterados, sin registro sanitario, robados o vencidos.

- ▶ Prevenir alteraciones, reducir errores, eventos de desvíos y contaminaciones.
- ▶ Promover un sistema de monitoreo y control de puntos críticos.
- ▶ Asegurar la trazabilidad (es decir, aquella documentación que permita el seguimiento y la localización del producto).
- ▶ Facilitar la farmacovigilancia en la cadena comercial regulada.
- ▶ Brindar información a los clientes y destinatarios.

**CDS Magazine / ¿Cuál es el objetivo de la aplicación de las BPATD en la cadena regulada de comercialización?**

**Pablo Ballester /** La aplicación de las BPATD en toda la cadena regulada de comercialización (desde el laboratorio hasta la oficina de farmacia, finalizando en el paciente), garantiza la disponibilidad y el acceso en todo momento a medicamentos seguros, eficaces y de calidad.

**CDS Magazine / ¿Cuál es la clave para lograr que estos conceptos puedan ser asegurados en la operación diaria?**

**Pablo Ballester /** Los recursos humanos intervinientes en la cadena (empleados, supervisores, operarios y fleteros) son la clave de su aplicación. Es por esta razón que en Cruz del Sur capacitamos y entrenamos permanentemente a nuestros recursos humanos en los procedimientos, técnicas y regulaciones. Esta transmisión e instrucción permite asegurar la correcta utilización de todos estos conceptos en la totalidad de la cadena de valor.

LA APLICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS (BPATD) EN TODA LA CADENA REGULADA DE COMERCIALIZACIÓN, **GARANTIZA LA DISPONIBILIDAD Y EL ACCESO EN TODO MOMENTO A MEDICAMENTOS SEGUROS, EFICACES Y DE CALIDAD.**

DE LAGO PUELO (CHUBUT),  
A TODO EL MUNDO

# LA ALAZANA TRADICIÓN, CALIDAD Y PASIÓN GENERANDO UNA NOTABLE IMPRONTA PATAGÓNICA

CDS Bariloche & CDS El Bolsón / Nuestros Clientes / La Alazana

PRESENTAMOS A LA 1º DESTILERÍA  
ARTESANAL DE WHISKY DE MALTA DEL PAÍS.

pg  
09



## ^ VOCACIÓN COMO ESTILO DE VIDA

*Néstor y Pablo aunaron su pasión y sus proyectos abriendo la primera destilería de whisky de malta del país.*

Néstor Serenelli (un legendario cliente nuestro) junto a su socio Pablo Tognetti, emprendieron hace algunos años un nuevo desafío: la creación de la 1º Destilería artesanal de whisky de malta del país. Con mucha dedicación, compromiso y respeto hacia las legendarias recetas de

esta bebida, en noviembre de este año, los socios lanzarán una edición limitada de 500 botellas de whisky de malta de Industria Argentina. Un ejemplo de búsqueda de la excelencia y la calidad, en el cual tenemos el honor de aportar nuestros servicios, a través de las sucursales de

CDS Bariloche y CDS El Bolsón.

## LOS INICIOS

Hace ya más de diez años, Néstor Serenelli compró una chacra sobre la ladera del imponente Cerro Pil-

▼ **ESCENARIO MAJESTUOSO**

La Alazana se encuentra sobre la ladera del imponente Cerro Piltriquitrón, en el paraje Las Golondrinas, en Lago Puelo, provincia de Chubut.



10



▲ **CALIDAD EXCLUSIVA**

Materia prima de primera, equipamientos especialmente concebidos y su añejamiento prolongado en barricas de roble, garantizan la obtención de un "single malt" único.

triquitrón, en el paraje Las Golondrinas, en Lago Puelo, provincia de Chubut.

Allí comenzó a disfrutar de la realización de destilados de la fruta de su producción de corintos y frambuesas, así como también de otras frutas como manzanas, peras y ciruelas. La fabricación de un destilador pequeño, de setenta litros, le permitió la producción de aguardiente a escala doméstica.

Destilar se tornó en una pasión rápidamente, y debido a sus conocimientos sobre la bebida, Néstor no tardó en comenzar a elaborar este preciado producto. Pablo Tognetti, su socio, nació en Bahía Blanca. De joven se fue a vivir a Bariloche para estudiar en el Instituto Balseiro, donde se recibió de Doctor en Física. Néstor y Pablo aunaron su pasión y sus proyectos. Realizaron viajes a Escocia, Irlanda y Gales para visitar destilerías con tradición centenaria para aprender de la práctica de los que más saben y poder realizar pruebas a mayor escala. En muy poco tiempo, se emprendieron en un desafío mayor: abrir la primera destilería de whisky de malta del país.

En noviembre de 2011 adquirieron la licencia requerida por el Instituto Nacional de Vitivinicultura, (el organismo fiscalizador de la promoción, producción, industria y comercio del vino y el alcohol argentino), y así comenzaron a destilar y añejar whisky de forma comercial.

“¿POR QUÉ CRUZ DEL SUR?  
EL MOTIVO ES SENCILLO:  
**EL TRANSPORTE RÁPIDO  
DE LA MERCADERÍA  
SIEMPRE FUE UN ALIADO  
ESTRATÉGICO DEL  
COMERCIANTE”**

Néstor Serenelli,  
Titular de La Alazana

**CUANDO LA VOCACIÓN  
PASA A SER UN ESTILO DE VIDA**

La actividad, que comenzó como un hobby de estos dos apasionados, se convirtió en un sólido proyecto comercial que se respalda en la combinación de valores como: el compromiso, la constancia, la búsqueda de la excelencia, el respeto a las tradiciones, la conciencia en el presente y la búsqueda de la trascendencia.

“Mi verdad es bastante simple: el único secreto que tiene esto es levantarse a las seis de la mañana (como hacemos nosotros) y trabajar. ¿Por qué el whisky? Es muy simple: Me gusta el whisky. Es por eso que lo que hacemos, lo hacemos con pasión y me considero muy afortunado de poder trabajar en lo que me gusta. Se puede decir que nuestras vidas giran en torno a esto que va más allá de la vocación...”, asegura Néstor Serenelli.

**HITOS QUE MARCAN EL CAMINO**

“Desde la obtención de la licencia en noviembre del 2011, cada paso que tomamos fue un hito. Comenzamos a destilar con un alambique de 600 litros, luego duplicamos la capacidad de producción con otro alambique de 1400 litros”, nos comenta uno de los titulares de La Alazana.

Consiguieron traer barricas que tuvieron vino tipo Jerez de la bodega sanjuanina Hagmann y además

importar de Kentucky (EE UU) barricas que anteriormente añejaron whisky bourbon.

Para confirmar que iban por el camino correcto, enviaron muestras de su whisky a laboratorios de Escocia que se dedican exclusivamente a su análisis, con resultados exitosos. Y esta actividad seguirán realizándola con regularidad, ya que los creadores de La Alazana no se quedan tranquilos con la primera impresión, sino que desean que el laboratorio haga un seguimiento constante del whisky.

También fue muy importante para su desarrollo, que a partir del 2013, comenzaran a figurar en el anuario de destilerías del mundo: Malt Whisky Yearbook 2013, editado por Ingvar Ronde. Esta publicación, incluye a todas las destilerías de whisky de malta del mundo. También se encuentran en la edición de este año, en Malt Whisky Yearbook 2014.

Seguramente, uno de los momentos más esperados será cuando en noviembre de este año, realicen la presentación de las primeras botellas de whisky con tres años de añejamiento.

### ATRIBUTOS QUE DISTINGUEN

Whisky La Alazana es un producto que es elaborado respetando el estricto proceso que se utiliza en Escocia, siendo sus ingredientes solamente tres: Agua pura y cristalina de vertiente, cebada malteada seleccionada de la Pampa Húmeda, y levadura específica para la elaboración de whisky.

Tanto la calidad de la materia prima empleada, los equipamientos especialmente concebidos como el meticuloso proceso de doble destilación y su añejamiento prolongado en barricas de roble, son los que garantizan obtener un "single malt" de exclusivo nivel: único, delicado, artesanal, de carácter distintivo y calidad exclusiva.

### VOLVER A LAS FUENTES

Debido a que a las grandes corporaciones fueron industrializando el proceso del whisky, cada vez es mayor la demanda mundial por el whisky fabricado en pequeñas destilerías que conserven el proceso genuino y artesanal. A raíz de este fenómeno, comenzaron a surgir numerosas destilerías en todo el planeta. Es por esta razón que, aunque el trabajo que llevó adelante La Alazana durante estos años ha sido con un muy bajo perfil y en silencio, el hecho de estar produciendo whisky de malta despertó asombroso interés en todo el mundo, teniendo una repercusión inesperada en distintos lugares con numerosas e importantes publicaciones.

### DETALLES QUE CREAN LA DIFERENCIA

El whisky de malta puro o "single malt" representa tan solo un cuatro por ciento del whisky total consumido en el mundo, porque es caro y difícil de producir. El resto del whisky vendido, corresponde a los "blends". Estos están compuestos por un porcentaje menor de whisky de malta, siendo su componente principal alcohol de cereales producidos a escala industrial, con los denominados destiladores fraccionados.

Por ello, el whisky de malta puro es buscado por su intensidad, tanto en aroma como en sabor. Indudablemente, La Alazana, desarrolló un proceso y método donde la tradición escocesa se fusiona con la calidad de las materias primas, el entorno y la pasión de sus creadores, generando una prestigiosa bebida.

### MIRANDO HACIA ADELANTE

Si bien el producto no ha salido a la venta, La Alazana ha recibido visitas de diferentes lugares del país y del extranjero que, ansiosas por adquirir el whisky, se han

> **EN BUSCA DE LA TRASCENDENCIA**  
Finamente etiquetadas y numeradas a mano, la edición limitada de 500 ejemplares, se hará en botellas de 750 cc a 40% vol.



conformado con realizar una visita guiada, recorriendo las instalaciones y conociendo el proceso: desde la molienda de la malta hasta el llenado de las barricas.

A futuro, los socios se propusieron obtener whiskies de más de diez años. Por eso, en noviembre de este año el primer whisky cumplirá tres años de añejamiento y sólo una parte será embotellado para salir al mercado. El resto permanecerá en las barricas para seguir madurando.

Para su lanzamiento, se ha planeado la realización de un evento en el lugar, con un almuerzo inaugural. Los invitados se deleitarán con cordero patagónico al asador, mientras degustan el primer whisky de malta nacional, inmersos en la belleza del entorno y respirando el aire puro de cordillera, al pie del Cerro Piltriquitrón. Tendrán además la oportunidad de llevarse por primera vez, una botella de whisky de malta de Industria Argentina.

La presentación de esta edición limitada de 500 ejemplares, se hará en botellas de 750 cc a 40% vol. Finamente etiquetadas y numeradas a mano, además cada botella contará con un packaging de muy alta calidad cuya impresión de fondo será sobre el paisaje del lugar.

Orgullosos, nos compartan que han recibido muestras de interés de diferentes lugares del mundo, entre ellos: Francia, Italia, Chile, Dinamarca y Rusia.

### EL HONOR DE FORMAR PARTE DE SU DESARROLLO

El vínculo con Cruz del Sur comienza en el año 1994. Cuando se inaugura CDS Bariloche, Néstor

Serenelli confió en nuestros servicios para el traslado de los artículos de su comercio, Bulonera Bariloche. "El motivo es sencillo: el transporte rápido de la mercadería siempre fue un aliado estratégico del comerciante", explica Néstor.

En cuanto al proyecto de La Alazana, además del transporte de diversos materiales y equipos desde y hacia Buenos Aires durante el armado de la destilería, CDS continúa colaborando en el proceso de elaboración. El insumo principal para el whisky es la malta. La Alazana usa varias toneladas anuales de ésta que CDS transporta en tiempo y condiciones desde Tres Arroyos.

"Cuando trajimos barricas de roble tanto de Jerez (desde la provincia de San Juan), como de Bourbon Americano (desde el puerto de Buenos Aires, provenientes de EEUU), contamos con Cruz del Sur para entregarlas sanas e ilesas, para luego poder añejar el aguardiente que irá madurando para convertirse en whisky", expresa uno de los creadores de este valioso emprendimiento patagónico. También aprovecha para destacar el trabajo en equipo logrado: "Quiero agradecer a Cruz del Sur por el compromiso y responsabilidad con la que trabajan. La logística es una de las patas más importantes de todo emprendimiento. Me gustaría hacer llegar un saludo muy especial a toda la gente de Cruz del Sur de El Bolsón, quienes, desde un principio, han sido unos verdaderos colaboradores de esta destilería".

Para cada uno de los que hacemos CDS, ser reconocidos y distinguidos por emprendedores del nivel y compromiso de Néstor y Pablo es un honor. Además representa un gran desafío, acompañarlos en el desarrollo de la excelencia.

# EL VALOR DE LA ATENCIÓN PERSONALIZADA

CDS USHUAIA / Nuestros Clientes / Mar de Cobo

Mar de Cobo es una empresa que desde hace 25 años distribuye artículos de limpieza profesional para las ciudades de Ushuaia y Río Grande, en la provincia de Tierra del Fuego. En octubre de 2005, Rubén Bellofiore adquirió este comercio ubicado en la ciudad del fin del mundo, asumiendo el desafío de hacerlo crecer. Si bien Rubén debió adaptarse a un negocio que ya estaba en funcionamiento, ya había trazado sus metas, razón por la cual paulatinamente fue implementando los cambios que intuía eran los más convenientes. "Tenía muy claro que Mar de Cobo debía dedicarse netamente a la venta de artículos de limpieza, entonces hubo que ir depurando rubros alternativos existentes" cuenta su titular, quien reside en Ushuaia desde 1985 y conoce la idiosincrasia

de la ciudad, por eso también sabía que "algo era muy importante mantener, un perfil que yo admiraba: la forma y atención personalizada, es decir, el estar muy cerca de cada cliente y de sus problemas, característica que aún hoy identifica a nuestra empresa" asegura. Destacarse a lo largo de todos estos años en una ciudad que en los últimos tiempos creció desmedidamente (en cuanto a cantidad de habitantes y también de turistas), fue posible para Mar de Cobo porque no sólo cuenta con un valioso equipo de trabajo compuesto por excelentes personas avocados a quienes los elijen, sino también gracias al amplio y distinguido stock de productos que la empresa provee. Con una cartera muy exigente de clientes compuesta por consumidores de artículos de limpieza para uso hogare-

ño y también por profesionales que son excelentes en su rubro, Mar de Cobo se esfuerza diariamente para atender los requerimientos de hoteles, lavanderías y emprendimientos gastronómicos de la zona que confían en su servicio y en la calidad de sus productos.

Por esta razón, entre sus próximos desafíos, se encuentra el de conservar la flota de vehículos de reparto para seguir correspondiendo idóneamente a las exigencias de sus clientes en general. Además, Mar de Cobo trabaja para mentalizar a todo su personal que, indistintamente del crecimiento físico propuesto, es importante no perder el acercamiento diario que tienen con cada necesidad de sus amigos y clientes, valor que desde hace años los determina.

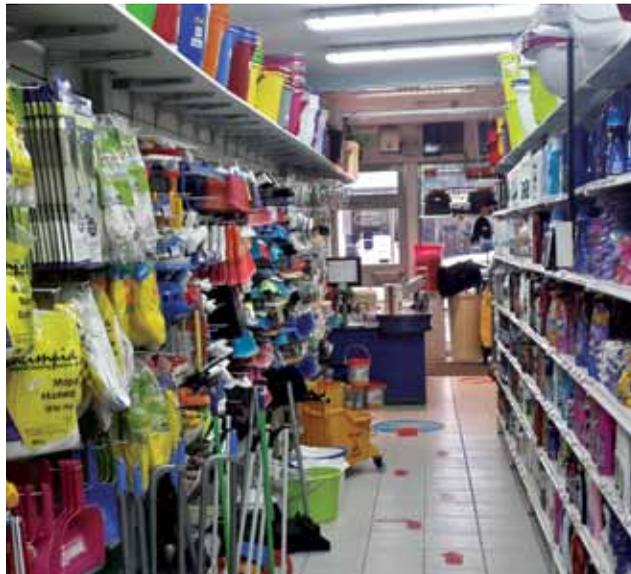
Para poder cumplir con sus objetivos

de calidad de atención, Rubén Bellofiore cuenta con la colaboración de Cruz del Sur desde que se hizo cargo de la empresa: "Nuestro vínculo comenzó a partir del instante que compré el negocio. Debo destacar el apoyo personal y constante del equipo humano de CDS Ushuaia, que por aquel momento estaba compuesto por Sidney y Eduardo Aguirre. Fue la única empresa de su rubro que se acercó a ofrecerme sus servicios. Cruz del Sur, por las distancias que nos separan de las grandes ciudades, es un colaborador importantísimo... Por la velocidad y la cantidad de camiones que ponen a nuestra disposición", destaca el titular de la firma, confirmando que el compromiso y el trabajo en equipo brindan los mejores resultados.

**"CRUZ DEL SUR, POR LAS DISTANCIAS QUE NOS SEPARAN DE LAS GRANDES CIUDADES, ES UN COLABORADOR IMPORTANTÍSIMO ... POR LA VELOCIDAD Y LA CANTIDAD DE CAMIONES QUE PONEN A NUESTRA DISPOSICIÓN"**

*Rubén Bellofiore, Titular de Mar de Cobo*

12



Se denomina "marketing interno" a las actividades que se encargan de promocionar los valores de marca, la identidad e imagen corporativa de una compañía entre sus propios empleados. Estas acciones, muchas veces, son parte de la política de comunicación interna de la empresa. El objetivo es que los trabajadores se identifiquen mejor con los productos o servicios que la empresa ofrece a los clientes, con su filosofía y sus valores, mejorando así su motivación y su fidelidad a la compañía. Nos acercamos a este concepto reflexionando sobre los beneficios de comunicar internamente una marca sólida: la influencia que ejercen los empleados sobre la misma puede ser crucial.

## MARKETING INTERNO EL EMPLEADO ES EL PRIMER CLIENTE

La construcción de una marca implica comprender su dinámica y la cultura en la que está inmersa... O mejor aún: comprender su propia cultura. Asumir que una marca sólo vive en las mentes de los consumidores es perderse parte de su historia. Una marca se define por su comunidad, no solo por sus audiencias primarias. Hay grupos de personas en la creación y gestión de una marca, la distribución, quienes la rechazan o la compran, los accionistas, los vendedores, los proveedores, mayoristas, minoristas, etcétera. Todas conforman una comunidad que da vida y entidad a una marca. La verdadera existencia y supervivencia de una marca implica una acción colectiva. De esta comunidad, tal vez el grupo más olvidado a la hora de comunicar y seducir son los mismos empleados de la compañía. El foco, demasiadas veces puesto en el consumidor, llena de sombras e incertidumbres al resto de la comunidad de marca. El mayor desafío es la modificación del comportamiento de los empleados en referencia a la estrategia de marca. Cada empleado debe ser un representante, una suerte de evangelizador que comprende y vive la marca en cada una de sus acciones, internas o externas. Las empresas exitosas a través del tiempo, están integradas por equipos involucrados emocionalmente, dispuestos a colaborar más allá de sus funciones específicas y a constituir esta comunidad con una participación activa. *In Branding* es la disciplina orientada a estos objetivos.

### ¿CUÁL ES EL VALOR DE TU MARCA?

De la estrategia de marca lo más relevante, lo que promueve y mueve alianzas, son sus valores. Aquellos son los que hablan de su cultura, los que cuentan su historia y definen sus objetivos. Ayudan a diferenciar marcas y modelos de gestión y además, pueden ser vividos por igual en cada sector de la empresa. Aglutinan y consolidan patrones de conductas comunes que alimentan la marca y el crecimiento de la comunidad. Esto es muy evidente en la compañía de servicios,

# BRAND MANAGEMENT EL DESAFÍO DE COMUNICAR LA MARCA INTERNAMENTE

## UNA MARCA BIEN ENTENDIDA EMPIEZA POR CASA

CDS / Marketing & Recursos Humanos  
Brand Management

debido a que la calidad de atención es determinante en la elección de una marca. Cada representante de la marca en contacto con clientes debe actuar en el sentido de la marca, encarnando sus valores con conductas sintónicas. Empleados que hacen de la promesa de marca una vivencia cotidiana, con pasión y convencimiento.



## EL ROL DE RECURSOS HUMANOS EN LA CONFECCIÓN INTERNA DE LA MARCA

Otro gran auspiciante de los procesos de alineamiento interno de marca son los responsables de

Recursos Humanos. Conocer y compartir objetivos comunes impacta inclusive en los procesos de selección de personal ¿Si las áreas de Marketing son los custodios de la marca física hacia afuera, quién entonces es responsable por los comportamientos internos? Recursos Humanos se ve beneficiado por la menor rotación de personal y en consecuencia por la reducción de costos de atracción de talentos. Una empresa con empleados orgullosos genera una onda expansiva, una ola favorable que atrae a los mejores. Empleados satisfechos permanecen con mayor frecuencia en sus empresas. No es ninguna novedad que quien desempeña feliz sus tareas, mejora su vida, la de los demás y la de la empresa a la que pertenece. El cliente interno es el trabajador y es más exigente que el externo, ya que conoce muy bien el negocio. Los de afuera pueden conocer la publicidad y las características de nuestros servicios y productos, pero nunca sabrán como se ha producido. En cambio el cliente interno tiene mucha más información sobre lo que está pasando en la organización y, por lo tanto, requiere más conocimientos de todo el proceso. En definitiva, de lo que se trata es que el trabajador llegue a saber para qué es útil su trabajo.

Es necesario invertir en actividades motivacionales, coaching y seminarios, pero es una inversión que, a corto plazo, potenciará la marca. Así como hay un cliente (externo) que al comprar o adquirir la prestación de un servicio, pretende satisfacción; hay también un "cliente interno" que en su condición de persona, aspira igualmente a alcanzar idéntico estadio en su relación laboral con la empresa. Así como el Marketing tradicional indaga en las expectativas de los clientes externos para poder satisfacerlas competitivamente, el Marketing Interno debe hacer lo propio en el "cliente interno", considerando la importancia significativa que tienen las personas (clientes externos e internos) en la competitividad de la empresa.

Es indudable: todo comienza por una definición clara e inspiradora de la estrategia de marca y de sus valores. Luego, es necesario medir en las distintas audiencias internas el grado de comprensión, credibilidad y aceptación de estos valores. Se trata de conocer la medida exacta del camino a recorrer y los obstáculos que aparecen en el mismo.

Otro dato importante es saber con qué medios y recursos de comunicación se cuenta. A partir de allí, se determinan los embajadores de la marca: aquellos empleados comprometidos con la visión estratégica de la marca que además tengan el carisma y la credibilidad entre sus pares: líderes naturales y representantes de las conductas esperadas.

La segmentación de las audiencias internas debe ser tan precisa como la segmentación utilizada para los mercados masivos. Sólo así se podrá diseñar un programa que se extenderá en el tiempo lo necesario para ser asimilados con naturalidad. Por ello, la comunicación de una marca sólida no se enfoca solo hacia afuera: puertas adentro, los públicos internos deben ser atendidos.

## CDS PRESENTE EN EL ECOMMERCE DAY BUENOS AIRES 2014

Presenciamos el acontecimiento de comercio electrónico y negocios por Internet más importante en América Latina, que se concretará el 18 de septiembre. El Tour de eventos eCommerce DAY crea un espacio para la difusión, promoción y reflexión sobre la importancia del

impacto que ha producido Internet y las nuevas tecnologías en la vida, trabajo y negocios de las personas y empresas, permitiendo una mejora tanto en la competitividad de la economía como en la reducción de la brecha que separa a nuestros emprendedores, empresas y profesionales en diferentes regiones.

Los eCommerce DAY son una iniciativa del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico y tienen como objetivo fomentar un ámbito donde las empresas del mundo de los negocios por Internet puedan intercambiar beneficios, experiencias y soluciones, creando un canal de colaboración recíproco y activo.



## EVENTOS & ACCIONES

### CDS PRESENTE EN LA FERIA INTERNACIONAL SITEVINITECH 2014

01 / 02 / 03 / 04

Durante los días 28, 29 y 30 de mayo, en la ciudad de Mendoza se desarrolló Sitevinitech 2014, la feria más importante de la industria vitivinícola de Latinoamérica, en lo que respecta a tecnología aplicada a esta actividad. CDS estuvo presente a través de los representantes comerciales de CDS Mendoza, quienes recorrieron la feria, entrevistaron a los participantes y detectaron potenciales clientes. Además, entregaron material corporativo y asistieron a varias de las exposiciones que desarrollaron las diferentes empresas disertantes.

>



01



02



03



04

### SE DESARROLLÓ LA V EXPOSICIÓN INTERNACIONAL SAN JUAN

05 / 06 / 07 / 08

Del 4 al 6 de junio, en el predio Cepas Sanjuaninas, más de 150 expositores realizaron la exhibición de los rubros Tecnología, Empresas líderes de Bienes, Servicios e Insumos. Durante la Ronda de Negocios para expositores, se presentaron los proyectos Barrick Gold, Yamana Gold, Troy Resoures y Minera Santa Cruz. El evento contó con la importante presencia de gobernador de la provincia José Luis Gioja y el secretario de Minería de la Nación, Jorge Mayoral, entre otros notables. Los integrantes de CDS San Juan Servicios Mineros visitaron los distintos stands. También, la terminal local, efectuó algunos servicios de traslado de stands de distintas empresas expositoras (como por ejemplo: Faisan SA, Presize SRL, Stogue SRL, entre otras).

>



05



06



07



08



09



# ORGULLO NACIONAL

15

*CDS Bariloche / Actualidad / Acerca del lanzamiento del primer satélite de industria nacional.*

## ARSAT-1 / EL 1º SATÉLITE ARGENTINO DE TELECOMUNICACIONES

Nuestro cliente INVAP desarrolló el primer satélite de telecomunicaciones diseñado y construido íntegramente en el país. Con este logro, Argentina se suma al selecto “club” de países que producen este tipo de herramientas, formado por Estados Unidos, Rusia, China, Japón, Israel, India y la Eurozona.

El satélite, denominado ARSAT-1 fue especificado por la empresa ARSAT y diseñado e integrado por INVAP. Fue trasladado por tierra hasta el aeropuerto de Bariloche. Un avión Antonov lo transportó hasta el aeropuerto de Cayenne, en Guayana Francesa, de allí nuevamente transportado por tierra hasta Kourou donde será lanzado al espacio a mediados de octubre.

CDS tuvo el honor de participar de este hito nacional, interviniendo en la operatoria de traslado de los materiales para la carcasa del contenedor.

### EL ARSAT-1

Este es el primero de los satélites del Sistema Satelital Geostacionario Argentino de Telecomunicaciones, un plan que implica el diseño y fabricación

de tres satélites propios y su puesta en órbita y operación por la Argentina con el objeto de incrementar las capacidades de nuestro país en materia de telecomunicaciones, defender las posiciones orbitales asignadas al país e impulsar el desarrollo de la industria espacial.

El diseño de la huella del ARSAT-1, que concentra su potencia máxima sobre el territorio nacional (incluyendo las bases antárticas e Islas Malvinas) permitirá brindar conectividad de igual calidad a todas las regiones del país, enmarcándose así en las políticas públicas del Estado nacional para reducir la brecha digital.

### SUS CREADORES

ARSAT es la empresa de telecomunicaciones creada en 2006 por el Estado nacional para desarrollar el Sistema Satelital Geostacionario Argentino de Telecomunicaciones. Además, fue la responsable de la especificación y diseño del satélite, mientras que INVAP se encargó de su integración.

Desde 2010, ARSAT, también desarrolló la infraestructura y operación de otros importantes proyectos

del Ministerio de Planificación, Inversión Pública y Servicios : la Red Federal de Fibra Óptica, la plataforma tecnológica del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre y el Centro Nacional de Datos. Aparte de especificar el satélite, la empresa tuvo a su cargo el seguimiento técnico de todo el proyecto, controlando tanto el diseño como los procesos utilizados y los ensayos medioambientales realizados por CEATSA. Su experiencia en operación de satélites geostacionarios fue fundamental, ya que se aplicó a satélites alquilados que serán reemplazados por el ARSAT-1.

INVAP es una sociedad de estado de la Provincia de Río Negro dedicada al diseño y construcción de sistemas tecnológicos complejos, con una trayectoria de más de 35 años en el mercado nacional y de más de 25 en la escena internacional. Su misión es el desarrollo de tecnología de avanzada en diferentes campos de la industria, la ciencia y la investigación aplicada, creando “paquetes tecnológicos” de alto valor agregado tanto para satisfacer necesidades nacionales como para insertarse en mercados externos a través de la exportación. Sus principales actividades se centran en las áreas: nuclear, aeroes-



> *El desarrollo del ARSAT 1 es un gran logro que nos posiciona mundialmente en materia de telecomunicaciones.*

pacial, gobierno y defensa, industrial y energías alternativas y sistemas médicos. INVAP tuvo a cargo el diseño, la fabricación de componentes y la integración del ARSAT-1.

#### EL DESAFÍO SE CONCRETA

El primer satélite geostacionario argentino fue construido en la sede de INVAP en San Carlos de Bariloche. Una vez que concluyó la Revisión de pre Embarque (proceso de verificación que indicó que los sistemas del satélite funcionan adecuadamente y que es apto para resistir las distintas condiciones a las que se verá sometido desde su lanzamiento hasta que concluya su vida útil), fue colocado en un contenedor especial que lo trasladó hasta el aeropuerto de la ciudad rionegrina y desde allí partió a Guayana Francesa, donde será lanzado al espacio a mediados de octubre. "El ARSAT-1 es uno de los mayores desafíos del país en materia de desarrollo espacial y es posible

gracias a las políticas de Estado y a más de 1.000.000 de horas de trabajo de personas de distintas empresas y organismos que participan en la misión, cuyo profesionalismo y espíritu de cooperación están marcando un hito en la historia de la ciencia y la tecnología en el país. El ARSAT-1 es un claro ejemplo de que en Argentina sabemos y podemos trabajar en equipo." Héctor Otheguy, CEO de INVAP. Orgullosamente, tuvimos el honor de formar parte de este hito nacional, interviniendo en la operatoria de traslado de los materiales para la carcasa del contenedor, mediante la gestión de nuestra sucursal local. El ARSAT-1 brindará servicios de televisión, acceso a Internet y servicios de datos y de telefonía sobre IP a todo el territorio nacional.

#### EL TRABAJO EN EQUIPO INVAP / CRUZ DEL SUR

Desde el año 2003, INVAP y nuestra empresa

iniciaron un vínculo comercial con motivo del transporte de parte de sus cargas dentro del territorio nacional. La propuesta realizada de estudiar en conjunto todos los transportes especiales, confirmó la decisión de INVAP de trabajar en equipo.

Aportamos nuestra experiencia en la mayoría de los proyectos que la empresa ha realizado desde el inicio de este vínculo, participando en el transporte de materias primas y equipos para la integración de los componentes y para el movimiento de equipamientos terminados con destino a los lugares definitivos de instalación o hacia los puntos de embarque, en el caso de productos para exportación.

Incorporando a sus proyectos nuestros servicios, INVAP destaca el haber logrado un alto grado de entendimiento a través del uso de un mismo lenguaje para coordinar todos los movimientos.

**"EL ARSAT-1 ES UNO DE LOS MAYORES DESAFÍOS DEL PAÍS EN MATERIA DE DESARROLLO ESPACIAL (...) ES UN CLARO EJEMPLO DE QUE EN ARGENTINA SABEMOS Y PODEMOS TRABAJAR EN EQUIPO"**

# PATAGONIA SUR LIBROS Y CDS CERCA DE LA CULTURA

CDS / RSE / Patagonia Sur Libros / Entrevista a Mario Alfredo Pazos, titular de Patagonia Sur Libros

Porque entendemos la importancia de la cultura en la sociedad y el rol protagónico del libro, entrevistamos a Mario Alfredo Pazos, uno de los titulares de Patagonia Sur Libros, una editorial con un fuerte compromiso hacia la Patagonia y las raíces de nuestro país. CDS colaboró con la empresa en el transporte del material hacia las ferias del libro provinciales y a su vez, la editorial donó ejemplares que serán ubicados en la entidad Movimiento xCavihauey+, una organización sin fines de lucro que acompaña a las comunidades educativas más vulnerables de diferentes zonas rurales.

**CDS Magazine / ¿Qué nos podrían decir acerca de Patagonia Sur libros (origen e historia)?**

**Mario Alfredo Pazos /** Patagonia Sur Libros es una editorial de capitales íntegramente argentinos que comenzó con su tarea de difusión allá por el año 1994. Es una empresa familiar compuesta por Mario Alfredo Pazos, y por la Dra. Susana Lemos, sus titulares y responsables. Dispone de dos locaciones operativas en el norte del conurbano bonaerense, en los partidos de Vicente López y San Isidro, que cumplen funciones de casas, oficinas y también depósitos.

Además de las funciones editoriales, Patagonia Sur Libros desempeña un importante rol como distribuidora y representante de varias pequeñas editoriales que publican material autóctono, histórico, geográfico y de interés general. Básicamente con el foco en la Patagonia y los territorios que la componen, suceso que convierte a Patagonia Sur Libros en una importante proveedora de publicaciones (tanto para las más grandes librerías o bibliotecas populares como para particulares de todo el país).

**CDS Magazine / ¿Cuáles son algunos de los libros más distinguidos?**

**Mario Alfredo Pazos /** Entre los títulos más reconocidos, hallamos: **Buscados en la Patagonia, La historia no contada de Butch Cassidy y los bandoleros norteamericanos** (Autor: Marcelo Gavirati con 12000 ejemplares vendidos hasta el momento); **Viaje al país de los Tehuelches** (Autor: Ramón Lista); **Los indios Tehuelches, una raza que desaparece** (Autor: Ramón Lista, es importante mencionar que varios docentes de colegios bilingües de Santa Cruz están utilizando estos libros como material de lectura central), **Diccionario Tehuelche** (Au-

tor: Rodolfo Casamiquela) **Pampas, Araucanos y Ranqueles** (Autor: Ernesto Del Gesso); **El hijo de la inmensidad, Epopeya de un tehuelche en la Patagonia** (Autor: Arnulfo Basanta, esta novela histórica vendió 2 mil ejemplares en un año y medio, convirtiéndolo a su autor, en el escritor más exitoso de la Patagonia de los últimos cinco años). **Bendiciones disfrazadas, Crónica de una adicción ¿Se puede salir de la drogadicción? ¿Qué hago?** (Autor: Susana Lemos, dicho libro de autoayuda e interés general está colaborando con muchos padres y con numerosos centros de rehabilitación); entre otros.

**CDS Magazine / Coméntanos algunos hitos o reconocimientos obtenidos durante su trayectoria ...**

**Mario Alfredo Pazos /** Durante todos estos años de existencia, fuimos beneficiados por la difusión que los medios de prensa de la mayoría de los diarios dominicales, hicieron de nuestras bondades bibliográficas. Y también podemos decir orgullosos que muchos escritores, periodistas e historiadores beben de nuestras aguas bibliográficas por la gran variedad que ofrecemos, hasta incluso, libros agotados e incunables. Y aunque no publican sus libros

con nuestro sello, adquieren unidades que publicamos como material de investigación y consulta. Por ejemplo, dos profesionales que siempre se acercan a nuestro stand son: el historiador Felipe Pigna y el periodista Mario Markich (programa "En el camino"

## UNIENDO BUENAS INTENCIONES

*Aportar al desarrollo sociocultural de las localidades donde decimos presente es motivo de orgullo pero también una obligación para CDS. Es por eso que agradecemos la gentileza de Patagonia Sur Libros, que acercó una donación de 10 libros de "Viaje al país de los tehuelches" de Ramón Lista; 20 catálogos fotográficos del salesiano Alberto De Agostini "Naturaleza de la América Austral" y 20 mapas que narran con textos e ilustraciones leyendas de nuestra Patagonia. Este material será entregado al Movimiento xCavihauey+ (ONG a la que también CDS brinda su aporte), que inició la elaboración de su biblioteca propia. Unimos destinos y ahora también buenas intenciones!*

∨ Stand Patagonia Sur Libros.

>> (foto pág.18) Equipo humano que da vida a Patagonia Sur Libros.



**“NOS SENTIMOS MUY ORGULLOSOS QUE CRUZ DEL SUR APOYE NUESTRA LABOR PARA QUE PODAMOS LLEGAR A LA MAYORÍA DE LAS FERIAS DEL LIBRO QUE SE REALIZAN EN LAS PROVINCIAS DE NUESTRA ARGENTINA Y ES UN HONOR, QUE NUESTROS LIBROS PUEDAN SER DONADOS PARA QUE PUEDAN SER DISFRUTADOS EN LAS BIBLIOTECAS DE ESCUELAS Y OTRAS ENTIDADES QUE AYUDAN A LA COMUNIDAD.”**

*Mario Alfredo Pazos, Titular de Patagonia Sur Libros*

de TN). Además, debemos mencionar dos destacados referentes de nuestra Patagonia que también nos eligieron: el ya fallecido Rodolfo Casamiquela (era paleontólogo, arqueólogo, doctor en ciencias, investigador, docente, historiador y escritor) y Marcelo Gavirati (es Profesor de Historia egresado de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA. En 1994, se radicó con su familia en Puerto Madryn, donde trabaja como profesional en la Unidad de Investigación de Antropología y Arqueología del Centro Nacional Patagónico).

**CDS Magazine / ¿Cuándo serán las próximas ferias del libro en San Martín de los Andes y Viedma? ¿Cómo son estos eventos?**

**Mario Alfredo Pazos /** Todas las ferias del libro que se realizan en el interior de nuestro país son realizadas con un gran esfuerzo, en general con entrada libre y gratuita. En algunos casos, mediante impulsos privados pero la gran mayoría a través de las biblio-

otecas populares y de las secretarías de cultura de cada municipio. Quienes las visitan, pueden disfrutar de la exhibición y venta de libros con temática patagónica y de otras vertientes culturales, por ejemplo, como suele publicar El Elefante Blanco, con historias de Buenos Aires y de otras provincias, editorial que posee uno de los más amplios catálogos de libros y que confía en nosotros para exponer sus títulos en estos importantes sucesos.

La 8ª Feria Regional del Libro de San Martín de los Andes en Neuquén, se realizará del 7 al 12 de octubre de 2014, en la Sala de Exposiciones de la Municipalidad de San Martín de los Andes en Capitán Drury 665 y es organizada por la Secretaría de Cultura y Educación del municipio.

La 5ª Feria Municipal del Libro en Viedma en Río Negro, se realizará del 2 al 5 de octubre, fue incluida por la Comisión Argentina de Organizadores de Ferias del Libro en el mapa nacional. La Subsecretaría de Cultura de la Municipalidad de Viedma y la

comisión de la Feria Municipal del Libro convocaron a facilitar propuestas o ideas para enriquecer este evento cultural. La misma se realizará en el Centro Cultural Municipal ubicado en Av. Francisco de Viedma 200.

**CDS Magazine / ¿Qué significa para ustedes que CDS colabore en el traslado del material para estas propuestas culturales?**

**Mario Alfredo Pazos /** En nuestra Argentina de hoy, es muy difícil hallar empresas que dejen lugar en su presupuesto anual para apoyar propuestas relacionadas con la publicación de nuevos libros, la reedición de libros agotados o la adquisición de libros como regalo empresarial. La mayoría destina su presupuesto a aquello relacionado con la sustentabilidad, obviando el valor que representa un libro además de ser un obsequio, un accionar culturalmente poderoso que logra perdurar en el tiempo.

La actualidad de Patagonia Sur Libros

nos lleva a buscar el financiamiento de nuevos libros para que podamos ampliar el abanico de nuestras opciones bibliográficas, es nuestro deber brindar al ciudadano que nos visita todos los años, un nuevo ejemplar de nuestra Patagonia. Y si nosotros, que somos una pequeña editorial familiar, nos preocupamos y ocupamos para promover la cultura del libro, aún más enraizada debería estar esa responsabilidad en todas las empresas de nuestro país. Hoy, nos estamos preparando para lograr el auspicio de libros, como la edición de luxe con bellísimas fotografías de “La Trochita” de Ezequiel López, o un libro de leyendas patagónicas que a diferencia de todo lo publicado hasta el momento, busca capturar al público adolescente que representa el mayor consumidor de libros en nuestra Argentina, cuyos personajes sorprenderán: un semidiós tehuelche y una criatura mitológica. También quiero mencionar el libro “Mujeres indígenas de la Pampa y Patagonia” de Norma Sosa.

Por eso, nos sentimos muy orgullosos que Cruz del Sur apoye nuestra labor para que podamos llegar a la mayoría de las ferias del libro que se realizan en las provincias de nuestra Argentina y es un honor, que nuestros libros puedan ser donados para que puedan ser disfrutados en las bibliotecas de escuelas y otras entidades que ayudan a la comunidad. Que Cruz del Sur pueda aliviarnos el transporte de nuestros libros, significa que podremos participar de muchos más eventos, porque algunos cronogramas de estas ferias se interponen en uno o dos días. Y lo más importante, que una vez más, tras 16 años de pregonar la lectura desde nuestra pymes familiar, una empresa argentina tan importante como lo es Cruz del Sur, nos hace sentir que hicimos un buen trabajo en todo este tiempo, brindándonos el suficiente cobijo para continuar en este camino.



**RESUMEN RSE  
DONACIONES  
2014**



Como parte de nuestra política de RSE seguimos apoyando al reciclaje como una acción clave en el cuidado del medio ambiente. Compartimos las cantidades de material donado para reciclaje en lo que va del año en las campañas con la Fundación Garrahan y la empresa Recimpex.



**267.361 KG  
DE PAPEL &  
CARTÓN**

DONADOS A LA  
FUNDACIÓN GARRAHAN



**30.845 KG  
DE TAPITAS  
PLÁSTICAS**

DONADOS A LA  
FUNDACIÓN GARRAHAN



**56.355 KG  
DE FILM &  
CARTÓN**

RECICLADOS POR  
RECIMPEX EN EL COL

# RED DE SUCURSALES

## > ATENCIÓN COMERCIAL

BUENOS AIRES Lunes a Viernes de 08.00 hs. a 18.00 hs.

INTERIOR Lunes a Viernes de 08:00 hs. a 12:00 hs. y de 15:00 hs. a 19:00 hs. / Sábados de 9.00 hs. a 13.00 hs.

### CENTRO DE OPERACIONES LOGÍSTICAS (COL)

#### Buenos Aires

Au. Riccheri & Boulogne Sur Mer Nave D3

Mercado Central de Buenos Aires CP (1771)

T/F (011) 4480 6666

info@cruzdelsur.com

#### JUJUY

##### San Salvador de Jujuy \*

Leopoldo Bárcena 84

CP (4604)

T/F (0388) 431 1453 / 1287

info-jujuy@cruzdelsur.com

#### SALTA

##### Salta \*

Av. Tavella 3642

CP (4400)

T (0387) 427 1985 / 86 / 87

#### FORMOSA

##### Formosa \*

Av. Gendarmería Nacional 1985

B° San Juan / CP (3600)

T/F (0370) 443 0888 / 442 4033

#### CHACO

##### Resistencia \*

Ruta N. Avellaneda Km. 15,5

(Ruta 16) / CP (3500)

T (0362) 476 5225 / 5224

#### MISIONES

##### Posadas \*

Redamacher 5360

CP (3300)

T (0376) 447 1646 / 1647

#### TUCUMÁN

##### Tucumán

Lavalley y Constitución S/N°

CP (4000)

T/F (0381) 423 6720 / 9196

infocds-tucuman

@cruzdelsur.com

#### SANTIAGO DEL ESTERO

##### Santiago del Estero

Av. Madre de Las Ciudades 2859

CP (4200)

T (0385) 434 2288 (Depósito) /

(0385) 422 1586 (Administración)

info-santiago@cruzdelsur.com

#### CATAMARCA

##### Catamarca \*

Padre Daniel García S/N°

(P. Sanz y Padre Zanella)

CP (4700)

T (0383) 442 5337 / 443 0905

#### LA RIOJA

##### La Rioja \*

B. Matienzo 1501

(Ruta N° 5 Km. 6,5)

Parque Industrial

CP (5300)

T (0380) 445 4728 / 4727

#### CÓRDOBA

##### Córdoba

Av. General Savio 5740

(Camino Interfábricas),

Portones 46 y 47,

Complejo Logístico Sur,

Barrio Ferreyra

CP (5123)

T (0351) 450 8563 / 0533

info-cordoba@cruzdelsur.com

##### San Francisco \*

Entre Ríos 2930

CP (2400)

T (03564) 44 3121 / 43 0554

##### Río Cuarto \*

Ruta 5 Km 1

CP (5802)

T (0358) 462 7116 / 464 7116

##### Villa María \*

Av. Pte. Perón 1285

CP (5220)

T (0353) 453 5476

##### SAN LUIS

##### San Luis \*

Caídos en Malvinas 75

CP (5702)

T (0266) 443 9980

##### SANTA FÉ

##### Casilda \*

Bv. Colón 2690

CP (2170)

T (03464) 42 2129 / 15 686 280

##### Rosario

Juan Pablo II 9326 (Colectora

Lado Norte, ex Av. Circunvalación

25 de Mayo) a 200 mts.

de Av. San Martín / CP (2008)

T (0341) 461 2190

Info-rosario@cruzdelsur.com

##### Santa Fe \*

Autovía Ruta 19 Km. 2

CP (3006)

T (0342) 415 0000

##### Venado Tuerto \*

12 de octubre 1245

CP (2600)

T (03462) 43 9061

##### ENTRE RÍOS

##### Concordia \*

Av. Pte. Illia 477 (ex Ruta 4)

CP (3200)

T (0345) 427 3227 / 1780

##### Gualeguaychú \*

Boulevard Pedro Jurado 458

CP (2820)

T (03446) 42 9545

##### SAN JUAN

##### San Juan (División Minería)

Abraham Tapia 1935 Lado Sur

(Coria y Callejón Muñoz)

CP (5400)

T/F (0264) 420 1572 / 1647

info-sanjuan@cruzdelsur.com

##### San Juan

Pedro de Valdivia 850 (Oeste)

CP (5402)

T/F (0264) 427 3053 directo

(0264) 422 6240 / 44 / 55

info45-sanjuan@cruzdelsur.com

##### MENDOZA

##### Mendoza

Acceso Norte Lateral Este

Km. 7,5 / CP (5539)

T/F (0261) 430 1675 / 437 4735

info-mendoza@cruzdelsur.com

##### San Rafael

Avenida Bme. Mitre 2095

CP (5600)

T/F (0260) 444 6624 / 25

info-sanrafael@cruzdelsur.com

##### LA PAMPA

##### General Pico \*

Calle 32 N° 35

CP (6360)

T (02302) 43 1684

##### Santa Rosa \*

Juan D. Perón 1935 / 45

CP (6300)

T (02954) 42 0543 / 45 9077

##### BUENOS AIRES

##### Avellaneda (Receptoría)

Hipólito Yrigoyen 49/51

CP (1870)

T/F (011) 4222 1097 / 1183

receptoríaavellaneda

@cruzdelsur.com

##### C.A.B.A (Receptoría)

Cochabamba 3240

CP (1252)

T/F (011) 4931 3617

recepccion-loria

@cruzdelsur.com

##### San Martín (Receptoría)

Av. San Martín 901

CP (1650)

T (011) 4753 2963 / 4724 2266

receptoriasanmartin

@cruzdelsur.com

##### Liniers (Receptoría)

Montiel 279

CP (1408)

T (011) 4641 7627 / 7680

receptorialiniers

@cruzdelsur.com

##### Bahía Blanca

Ruta 3 Sur Km. 693

CP (8003)

T/F (0291) 455 7857 / 7859

info-bahiaablanca

@cruzdelsur.com

##### Junín \*

Circ. e/Firpo y Rojo Vesgas

CP (6000)

T (0236) 442 1130

444 6653 / 0569

##### Mar del Plata \*

Av. Presidente Perón Km. 2, 5

(ex Ruta 88)

(F. Camaro y E. Arolas)

CP (7600)

T/F (0223) 465 6272

info-mardelplata

@cruzdelsur.com

##### Pehuajo \*

Av. Pte. Néstor Kirchner 450

(ex Avellaneda)

(Andrade y G. Hispa)

CP (6450)

T (02396) 47 7999

47 9755

##### Tandil \*

Ugalde 18

CP (7000)

T (0249) 444 8339 / 8272

##### NEUQUÉN

##### Chos Malal

Sarmiento 1325

CP (8353)

T/F (02948) 42 3060

info-chosmalal@cruzdelsur.com

##### Cutral Có

Juan Manuel Sabio y

Columbres (Ruta 22 Km. 1132)

Parque Industrial

CP (8322)

T/F (0299) 496 7325

info-cutralco@cruzdelsur.com

##### Junín de los Andes

Av. Paimún 190

Parque Industrial

CP (8371)

T/F (02972) 49 2110

info-junindelosandes

@cruzdelsur.com

##### Neuquén

Manuel Bejarano 765

CP (8302)

T/F (0299) 446 4777

info-neuquen

@cruzdelsur.com

##### San Martín de los Andes

Tte. Coronel Pérez y

3 de Caballería

CP (8370)

T/F (02972) 42 7553 / 2220

info-sanmartindelosandes

@cruzdelsur.com

##### Rincón de los Sauces

Calle Patamora S/N°

(Confluencia y Chos Malal)

Parque Industrial

CP (8319)

T/F (0299) 488 7718

info-rdls@cruzdelsur.com

##### Villa La Angostura

Av. Huemul 270

Barrio Las Piedritas

CP (8470)

T/F (0294) 449 5224

info-vla@cruzdelsur.com

##### Zapala

Primeros Pobladores 148

CP (8340)

T/F (02942) 43 1848

info-zapala@cruzdelsur.com

##### RÍO NEGRO

##### Bariloche

Garibaldi 1818

CP (8403)

T/F (0294) 442 3926 / 6000

442 1771

info-bariloche@cruzdelsur.com

##### Choele Choel

Doña Rosa Maldonado 150

(Frente a Ruta 22)

CP (8360)

T/F (02946) 44 2175

info-choelechoel

@cruzdelsur.com

##### El Bolsón

Ruta 40 Acceso Norte

Km. 1917,7 / CP (8430)

T/F (0294) 449 1749

info-elbolson@cruzdelsur.com

##### General Roca

Chula Vista 1646

(esq. San Juan)

CP (8332)

T/F (0298) 443 3727 / 32

info-generalroca

@cruzdelsur.com

##### Ingeniero Jacobacci

12 de Octubre 669

CP (8418)

T/F (02940) 43 3067

info-jacobacci

twitter  
@cruzdelsurarg

LinkedIn  
Cruz del Sur

facebook  
cruzdelsurarg



www.cruzdelsur.com.ar



## LA CONFIANZA DE NUESTROS CLIENTES ES NUESTRO MEJOR RESULTADO.

Con trayectoria y un constante compromiso con la calidad, Cruz del Sur brinda en todo el país, soluciones integrales para la industria, el comercio y los particulares a través de sus servicios de Transporte y Distribución, Logística Integral, Minería y Petróleo, Equipack, CDS Express e Interzonales, con altos niveles de seguridad y tecnología y cobertura satelital.

[www.cruzdelsur.com.ar](http://www.cruzdelsur.com.ar)

 **CRUZ DEL SUR**