

20
18

NUEVA ETAPA NUEVA IMAGEN

página
03

Renovamos nuestra imagen para impulsar un nuevo espíritu. Una nueva marca, un nuevo horizonte.

+

BODEGA DON DIEGO
NUESTROS CLIENTES
pág. 05

EURO ISO 9001
CDS NEWS
pág. 07

ENTREGA DE MEDALLAS
RECURSOS HUMANOS
pág. 08

CERVECERÍA BREWAY
NUESTROS CLIENTES
pág. 09

CREAR
SUSTENTABILIDAD
pág. 12

ENTREVISTA A LUCAS UTRERA
SUSTENTABILIDAD
pág. 13

ÍNDICE

03

NUEVA MARCA
BRANDING 2018

05

BODEGA DON DIEGO
NUESTROS CLIENTES

07

EURO ISO 9001
CDS NEWS

08

ENTREGA DE MEDALLAS
RECURSOS HUMANOS

09

CERVECERÍA BREWAY
NUESTROS CLIENTES

11

EVENTOS
GALERÍA DE IMÁGENES

12

CREAR
SUSTENTABILIDAD

13

ENTREVISTA A LUCAS UTRERA
SUSTENTABILIDAD

CDS N° 022 MAGAZINE

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

ABRIL 2018

Edición N° 022 / Año 18
Tirada 4.000 ejemplares

STAFF

• **Dirección**

Mariela Menghini

• **Coordinación**

Alberto Viani

• **Redacción & Corrección de contenidos**

María de los Ángeles Kruk

• **Diseño & Diagramación**

Alberto Viani

María Eugenia Falcone

WWW.CRUZDELSUR.COM.AR

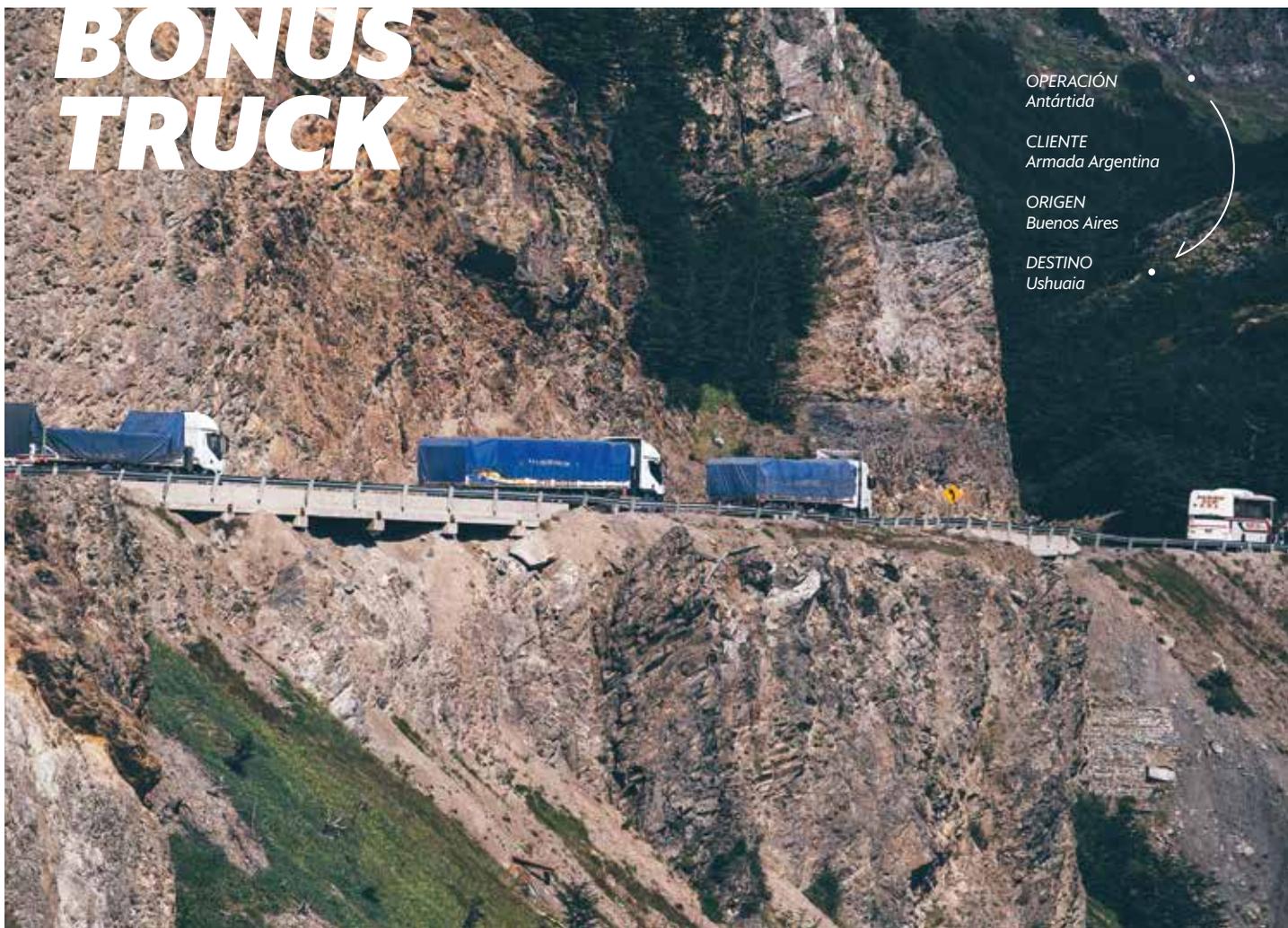
BONUS TRUCK

OPERACIÓN
Antártida

CLIENTE
Armada Argentina

ORIGEN
Buenos Aires

DESTINO
Ushuaia



NUEVA ETAPA NUEVA IMAGEN

Departamento de Marketing CDS

Trabajar sobre los rasgos de identidad de una marca es un gran desafío. Representa un trabajo de proyección porque el significado de las asociaciones resulta de una dialéctica propia que se construye con el tiempo. Es fundamental conocer la empresa, dilucidar su estrategia y las razones para concretar ese cambio.

TIEMPOS DE CAMBIO

A medida que un negocio crece y se desarrolla, debe reflejar esa expansión para que la misión y la visión de la empresa queden representadas frente al cliente. Una marca debe ser flexible tanto para satisfacer las necesidades siempre cambiantes de los usuarios como para estar en sintonía con las tendencias del mercado respecto al consumo e interacción.

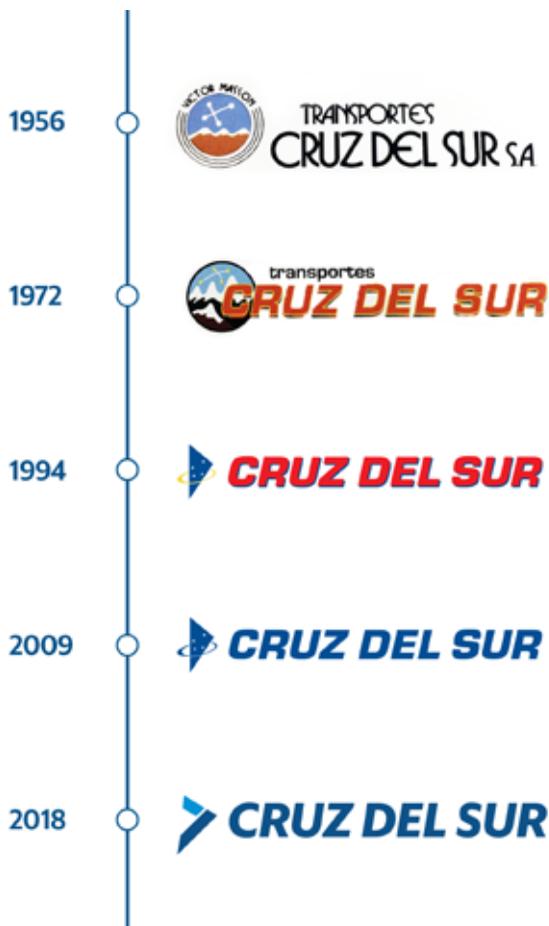
Podemos conocer una empresa por muchos factores: por su trayectoria, la calidad de su servicio, por sus equipos de trabajo. Y también por la imagen que proyecta. El logo es la forma más sencilla que tiene una organización de dirigirse a sus clientes o a poten-

ciales, debido a la rapidez y sencillez con la que transmite la idea. Precisamente por esto, las empresas se esmeran en cuidar su proyección al exterior. Este esfuerzo pasa, en muchas ocasiones, por renovar la imagen y adaptarla a la actualidad. *“¿Por qué las empresas renuevan su logo (isologo)? Para adaptarse a los paradigmas estéticos de comunicación, para mejorar la percepción del mercado. Con los logotipos ocurre lo mismo que pasa con las personas. Nos preocupamos de la ropa que llevamos porque es la imagen que queremos transmitir. Las organizaciones hacen lo mismo con sus símbolos”*, considera Alberto Viani, Jefe de Marketing de Cruz del Sur.

En el diseño de un logo, la elección de los colores juega un papel primordial. Se estima

que entre el 60% y el 70% de los logos tienen colores azules, porque evocan atenuación, relax y confianza.

“Muchas veces la imagen de una marca se torna obsoleta, se percibe como anticuada. Entonces, es necesario detenerse en la comunicación para evaluar si es el momento de renovar la identidad. Para el rediseño de la nueva imagen fue fundamental la participación de todos los integrantes del equipo de Marketing: cada uno tuvo un rol muy importante y significativo”, aporta María Eugenia Falcone, una de las participantes de este proyecto, integrante del Departamento de Marketing. Definitivamente, lo más complicado al momento de renovar la imagen es decidir si el logo elegido es el adecuado.



El logo es la forma más sencilla que tiene una organización para dirigirse a sus clientes y a potenciales, debido a la rapidez y sencillez con la que transmite la idea





¿POR QUÉ LAS EMPRESAS RENUEVAN SU LOGO (ISOLOGO)?

Es importante asegurarnos que la imagen institucional se mantiene actualizada en un mercado cambiante, expandir el alcance de la empresa a nuevos clientes y revitalizar la marca con lo que es y con lo que hace actualmente.

Se trata de revisar la identidad visual e identificar aquellas partes del branding que todavía tienen valor o merecen ser conservadas y las que se deberían renovar para lograr algo más representativo y moderno. Podríamos decir que esta innovación está vinculada a la adaptación a los paradigmas estéticos de comunicación y a la percepción del mercado.

Al momento de realizar los cambios, es necesario considerar:

- Qué elementos deseamos conservar de nuestro logotipo actual y cuáles pretendemos cambiar.
- Qué necesitamos comunicar con el nuevo logotipo (que no comunique el actual).
- Qué grado de diferencia con el logotipo actual

estamos dispuestos a modificar.

“Usar esta renovación como una oportunidad para llegar a nuestros clientes (actuales y potenciales), a los medios y a los demás agentes del sector. La empresa se está moviendo, se renueva y esta gestión en la imagen acompaña esos cambios. Son necesarios la innovación y actualización”, comenta María de los Angeles Kruk, Departamento de Marketing.

El nuevo logo debe ser fácil de reproducir y memorable, debe preservar la integridad existente de la marca e infundir una nueva energía al negocio.

CDS SE ADAPTA

Al momento de concretar el proyecto, el Departamento de Marketing se comprometió con las siguientes premisas:

1. ACTUALIZAR el logo mediante la SIMPLIFICACIÓN de rasgos y la economía de recursos. Con esto se busca un diseño más JOVEN y CONTUNDENTE.

2. Reflejar la TRADICIÓN CDS. El nuevo logo NO será RUPTURISTA, se percibirá como una actualización.

3. Obtener un isologo menos “duro” perceptivamente, MÁS CERCANO al cliente. Mediante una NUEVA FAMILIA TIPOGRÁFICA más “blanda” pero no muy lejana a la anterior.

4. Focalizar en EL RASGO PATAGÓNICO sin perder el foco en la cobertura nacional.

El logo debe evolucionar con la empresa. Tanto grandes empresas como PYMES cambian sus logotipos con periodicidad, renovando la imagen de la marca y reforzando sus valores.

Concluyendo, además de la marca misma, el logotipo constituye el elemento visual más importante de la empresa que será declinado en los diferentes soportes de comunicación. Razones estratégicas, de actualización y acompañamiento son siempre motores de este tipo de desarrollo.

¡Seguimos apostando a la renovación y acompañando la evolución!

Es importante asegurarnos que la imagen institucional se mantiene actualizada en un mercado cambiante, expandir el alcance de la empresa a nuevos clientes y revitalizar la marca



Bodega Don Diego

Calidad, estilo y sabor únicos

Bodega Don Diego
CDS Bariloche

Nuestros Clientes

El estilo del vino es un producto de *altura*, proveniente de una bodega boutique dedicada a la calidad del producto. Actualmente se trabajan 3 cepas: Malbec, Cabernet y Syrah.



“La diferencia con otros productos ajenos a este proceso radica en el estilo de elaboración”

Presentamos a uno de nuestros clientes de la sucursal CDS Bariloche, Bodega Don Diego, que nos compartirá su visión del rubro, los próximos desafíos y la relación con CDS, a través de la voz de Maximiliano Calvo, uno de sus referentes.

CDS / ¿Cómo y cuándo comenzó Bodega Don Diego?

Maximiliano Calvo / Ubicada sobre la ruta 60 en el valle de Fiambalá, provincia de Catamarca, la Finca Don Diego produce vinos de exportación a 1505 metros sobre el nivel del mar. En plena cordillera de los Andes, sobre un paisaje único, se extienden las 80 hectáreas que dan vida a las mejores cepas de Syrah, Cabernet Sauvignon, Malbec.

El nombre de la finca hace honor a Don Diego Centurión y a Don

Diego Carrizo de Frites quienes indujeron la vid en Fiambalá, por el año 1702. En armonía con las construcciones existentes, se montó la primera Bodega Argentina de vinos de alta gama realizada íntegramente con los adobes de sus propios suelos.

Durante el 2004 se logró la certificación orgánica de todos los viñedos a través de la Organización Internacional Agropecuaria (OIA). La empresa trabaja sin químicos ni fertilizantes sintéticos desde sus comienzos, dentro de un hábitat libre de contaminación.

La bodega comenzó en el año 2000 con sus antiguos dueños y desde el año 2014 pertenece a Jabi Txikon de origen Vasco, actual propietario.

CDS / ¿Cuál es la filosofía de Bodegas Don Diego? ¿Qué pro-

ductos ofrecen? ¿Cuáles son sus productos más destacados?

Maximiliano Calvo / Nuestra filosofía es ofrecer un vino de “desierto” y altura, la bodega está situada a 1550 msnm. Debido a lo desértico de la zona y su amplitud térmica que pasa de los 40 grados por el día a los 25 grados por la noche en época estival. Además, el promedio de recogida de agua en la zona es de 150 mm al año, por lo que las vides se riegan con el agua del deshielo de la gran cordillera de Los Andes.

Esto le aporta un carácter único a las uvas y las convierte en un producto muy exclusivo, muy selecto. Luego, tras una criba muy exigente por parte de nuestro prestigioso enólogo Esteban Roldan, se trata la uva seleccionada para llegar a convertirla en el gran vino de altura. Actualmente estamos desarrollando la línea Malbec, Cabernet y Syrah. También se está trabajando en el desarrollo de una línea de reserva y gran reserva y un ícono.

CDS / ¿Cuáles son los hitos más importantes que marcaron el desarrollo de Bodega Don Diego? ¿Cómo describirían este impacto en una ciudad como Bariloche?

Maximiliano Calvo / Creemos que para los amantes del buen vino es una opción diferente tener en sus mesas productos del Norte ya que no es habitual encontrar vinos de estas características, como mencionamos anteriormente la finca cuenta desde el año 2004 con Certificación Internacional Orgánica. La diferencia con otros productos ajenos a este proceso radica

05





Cuidado, delicadeza y detalle son las premisas de su sabor.

principalmente en el estilo de elaboración ya que es un producto más respetuoso, menos agresivo con la materia prima, con el medio ambiente y sobre todo en su proceso de elaboración. Teniendo en cuenta las restricciones de agregados químicos, podríamos llegar a decir que hasta es más sano. Eso no determina que el vino sea mejor o peor, si que al tener un proceso más cuidado es diferente.

El impacto en Bariloche es muy positivo, ya que gran parte de sus consumidores -la mayoría público extranjero- ya tienen incorporado el concepto de un producto con Certificación Orgánica y las ventajas que conlleva consumir este tipo de vinos.

CDS /. Si tuvieran que describir las principales dificultades que enfrenta el rubro, ¿Cuáles serían?

Maximiliano Calvo /. Las dificultades que se enfrentan hoy son varias y de público conocimiento dadas las malas políticas de crecimiento y los aumentos excesivos de combustible, aranceles, tarifas e impuestos.

Con los incrementos de las tarifas y los combustibles se perdió rentabilidad, los ingresos no aumentan y los costos son cada vez más altos. Las importaciones sin freno, la aceleración en el ingreso de vinos desde el exterior, entre otros.

Consideremos que la industria vitivinícola representa entre 55.000 y 60.000 puestos de trabajo estables, a los que se suman de 45.000 a 50.000 trabajadores de manera temporaria (como los cosecheros, que son los primeros en sufrir los ajustes laborales).

CDS /. ¿Cuáles son sus próximos desafíos?

Maximiliano Calvo /. El próximo desafío es abrir mercados hacia el exterior.

CDS /. Respecto al rubro vitivinícola ¿Cuál es el estilo de los vinos que producen? ¿Qué tipo de vinos se producen? ¿Cuál es la diferencia que los distingue?

Maximiliano Calvo /. El estilo del vino es un producto de altura, proveniente de una bodega boutique dedicada a la calidad del producto y no tanto a la producción masiva.

Actualmente se trabajan 3 cepas: Malbec, Cabernet y Syrah, siendo esta última la más distintiva de la zona. La principal diferencia es la altura donde se encuentran las fincas, el riego que se hace mediante agua de deshielo proveniente de la cordillera de los Andes, ya que las fincas como indicamos- se encuentran al pie de estas.

CDS /. ¿Cuándo y por qué comienza el vínculo con Cruz del Sur? ¿Qué aporta el operador logístico a sus operaciones?

Maximiliano Calvo /. A mediados del mes de junio de 2017 empieza la relación comercial con Cruz del Sur, mediante mi gestión como representante zonal, encargado de la comercialización y distribución del producto como así también de la búsqueda de nuevos horizontes.

Encontramos en la empresa acompañamiento y responsabilidad en la logística, factor fundamental para la expansión y el correcto desempeño en la introducción del producto en cada mesa.

¿Continuamos fortaleciendo vínculos para seguir creciendo!

"También se está trabajando en el desarrollo de una línea de reserva y gran reserva y un ícono", comparte Maximiliano Calvo.



Bodega Don Diego CONTACTO

Maximiliano Calvo
(0294) 15 4312 085

Avenida las Américas s/n
CP 5345 / Fiambalá, Catamarca

info@fincadondiego.com
www.fincadondiego.com

Nuevas unidades EURO V

Adquirimos nuevas unidades que responden a la normativa **EURO V**, la cual busca **reducir la emisión de contaminantes en vehículos pesados**. Son unidades con nueva tecnología (por ejemplo, la recirculación de gases de escape, llamada EGR, Exhaust Gas Recirculation) y un diesel con menor contenido de azufre.

EURO V es una legislación que tiene como fin *cumplir con los nuevos límites de emisiones de gases contaminantes en pos de beneficios medioambientales para la sociedad.*

¡Continuamos trabajando con lineamientos sustentables!

Nuestra Flota



Mejores procesos

Departamento de
Gestión de Procesos de CDS

La implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad según la Norma ISO 9001 es una decisión estratégica para aquellas empresas que buscan la mejora continua. De esta manera, la ISO 9001 supone, cuando se implanta y se gestiona adecuadamente, una mejora sustancial en todos los ámbitos de la empresa, ya que permite controlar todos los procesos detalladamente y gestionar adecuadamente toda la organización, evitando gastos innecesarios, errores altamente costosos y ahorrando tiempo para la producción.

"CDS sigue comprometiéndose día a día con los estándares internacionales. Un claro ejemplo es la norma ISO 9001 Sistema de Gestión de la Calidad, en esta ocasión la empresa ha certificado la versión del año 2015. Para llegar a este logro, primero fuimos capacitados en la comprensión y divulgación de los nuevos requerimientos como así los cambios que se produjeron respecto a la versión anterior. Luego -con

el equipo de trabajo- fuimos elaborando y bregando cada uno de los puntos a ser implementados. No hubiéramos podido llevar a cabo dicha ejecución sin el apoyo y la confianza de la Dirección de la organización y, obviamente, la buena predisposición de cada uno de los interlocutores válidos para que esta certificación se concretara.

CDS viene trabajando hace varios años con clientes que demandan requerimientos con alto grado de exigencia, es una llave para la consecución de los objetivos y también un camino para potenciar el valor agregado de sus procesos. Una visión de liderazgo y un entorno competitivo y exigente de requerimientos de calidad basados en estándares internacionales son los motivos que empujan siempre este tipo de logros", comparte Luis Cisilino, Gestión de Procesos.

Por lo tanto, las empresas deben buscar la mejor forma de realizar sus actividades en todos los campos.

No basta que se ofrezca un producto o servicio de gran calidad, si luego nuestro servicio de atención al cliente no atiende adecuadamente las consultas y no se hace caso de las reclamaciones que recibimos.

Consecuentemente, es tan importante ofrecer un trato individual, rápido, eficaz, eficiente en todos los pasos de la venta y posventa, como que produzcamos los mejores productos o servicios. Si no ofrecemos calidad en todos los procesos que se realizan en la empresa, no daremos un buen servicio y no fidelizaremos a nuestros clientes.

La implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad según la Norma ISO 9001 se considera una acción estratégica para aumentar los beneficios, mejorar la producción, ser más efectivos y construir una base firme y adecuada para que la organización alcance los objetivos.

¡Seguimos trabajando en la mejora!



Entrega de medallas a la trayectoria

Galería de Imágenes

Recursos Humanos
Reconocimientos 2017

Con motivo de celebrar los 10, 15 y 30 años en la compañía, el Departamento de Recursos Humanos de Cruz del Sur entregó las medallas para homenajear a aquellos colaboradores que cumplieron esa trayectoria en la empresa, tanto en las sucursales del Interior del país como en Buenos Aires.

De esta manera, seguimos reconociendo la labor y la experiencia de los integrantes de nuestra compañía.

Cervecería Breyway

Compromiso con el sabor

Cervecería Breyway
CDS San Martín de los Andes

Nuestros Clientes

Una empresa familiar y joven que apuesta por un sabor único, con ingredientes nobles que respetan la historia cervecera. Materias primas seleccionadas y minuciosas técnicas de elaboración avanzada son la base de su trabajo en el rubro cervecero.



Durante los últimos años el mercado de la cerveza artesanal le gana terreno a la industrial. Fuentes del sector estiman que el crecimiento es del 30% anual y ya ostenta entre el 1,5% y 2% de la industria cervecera, cuando hace unos años era de apenas el 0,4%.

En Argentina, las cervezas artesanales empezaron a desarrollarse hace 10 o 12 años, quienes están detrás de este fenómeno tienen entre 20 y 35 años, tanto los que producen como quienes siguen la ruta de su consumo.

Cebada, lúpulo, levadura y agua son los cuatro ingredientes principales que componen la cerveza, junto con otros cereales como el maíz y el trigo. Según cómo se utilicen los ingredientes, cada estilo tendrá una característica determinada. En cada receta será el creador

quien determine el tipo de malta, el lúpulo a utilizar, la selección de la levadura (actor principal del proceso) y cuidar la sanidad a lo largo de la elaboración. Según la alteración de los ingredientes, se pueden generar cervezas más amargas, más alcohólicas o más aromáticas.

Los maestros cerveceros utilizan diversos cereales, además de cebada, para darles cuerpo y cremosidad. En esta oportunidad, presentamos a Breyway, una cervecería de San Martín de los Andes, también cliente de nuestra sucursal local.

Breyway SA es una empresa familiar joven que nació en el año 2013. Patricio Corso, Presidente de la empresa, comenzó a elaborar cerveza en el año 2001, en forma casera, pero recién en el año 2010 él y Verónica Gus-

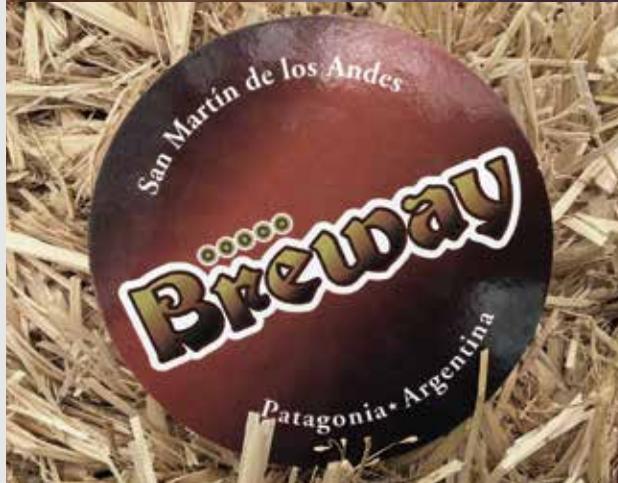
berti, su mujer, se plantearon comenzar a comercializarla. A fines del 2013 -con mucho esfuerzo- fueron comprando las ollas de cocción, fermentadores y todo lo necesario para instalar una pequeña y modesta fábrica. Se instalaron en "El Viejo Molino", un edificio histórico de San Martín de los Andes, a la vera de la Ruta Nacional 40.

"Ofrecemos un producto de alta calidad utilizando ingredientes nobles que respetan la historia cervecera. Las materias primas son seleccionadas, muchas de ellas importadas de Alemania, Bélgica y USA. Utilizamos minuciosas técnicas de elaboración avanzada. Además nos aseguramos que el producto llegue al cliente intacto para que pueda vivir la mejor experiencia al tomar una Breyway", asegura Verónica.

Definitivamente, las cervecerías artesanales permiten llevar la categoría a ocasiones nuevas de consumo, ofreciendo nuevas experiencias, productos y marcas, de esta manera la evolución es ascendente. "Sin duda, los hitos más importantes fueron los 15 premios obtenidos en diferentes competencias de cerveza a la fecha, la participación en la South Beer Cup en dos oportunidades, la selección del equipo de trabajo y también aprender a trabajar de la mano con otras empresas serias. Hoy en día, la principal preocupación y el desafío en nuestro rubro es lograr que todos los cerveceros trabajemos con el mismo respeto al producto, fortaleciendo el compromiso con el cliente para que -en cada rincón del país- la gente pueda encontrar cervezas artesanales de gran calidad.

Esto es de vital importancia para un sector como el nuestro que se encuentra con una tendencia a nivel mundial en pleno crecimiento. Próximamente, estaremos instalando una nueva planta de elaboración, con mucha mayor capacidad de producción, ampliando también la tecnología, lo cual nos permitirá obtener estándares de calidad cada vez más altos. Encaramos esta nueva etapa con mucha fe, enterrando miedos. Actualmente, contamos con un equipo de trabajo con recursos que -tanto en lo humano como en lo profesional- son de primera línea, con un total y absoluto compromiso con el proyecto, el cliente y la cerveza. Desde el comienzo estuvimos en constante evolución y crecimiento, aprendiendo cada día, con aciertos y errores, ayudándonos a mejorar en todo momento. Comenzamos vendiendo nuestras cervezas únicamente en nuestro Brew Pub, donde la gente puede acompañar nuestros distintos estilos





“Cruz del Sur nos permite confiar ciegamente a la hora de trasladar caros equipamientos, cumpliendo además con los tiempos prometidos. Aquel que solo mira precios, solo está mirando una parte de lo que significa transportar un equipo o un producto” Verónica, Cervecería Brewway.

Cervecería Brewway
CONTACTO

Ruta Nacional 40 km 2.217,8
San Martín de los Andes, Neuquén

Abierto
de Martes a Domingos de 20 a 24 hs.

FB: Cervecería Brewway
Instagram: cerveceriabrewway
Twitter: @BrewwaySMA

www.brewway.com

de cerveza con excelentes platos como hamburguesas gourmet, langostinos fritos, pizzas caseras, etcétera.

Luego incorporamos nuestra línea de cervezas en botellas, lo cual nos permitió llegar a todos los rincones de San Martín de los Andes y otras provincias, incluso Buenos Aires.

Hoy por hoy proveemos barriles de nuestra cerveza a bares cerveceros y restaurantes de la zona, y en el futuro cercano nos expandiremos a otras regiones. La idea siempre es exportar también dando pasos firmes y sin perder de vista que lo importante es entregar un producto excelente, sea donde sea, considera la referente. La producción, almacenamiento, distribución, transporte, entre otros elementos dentro de una posible cadena logística, pueden cambiar drásticamente en el momento en que una empresa de-

cida diversificar su oferta o en el que disponga un crecimiento que la lleve más allá de los límites en los que tradicionalmente desarrolla su actividad.

Empresas de todo tipo y tamaño encuentran cada vez más relevante innovar en sus productos y servicios, en gran parte, por los altos niveles de competitividad que exigen las dinámicas de los mercados actuales. La capacidad logística de una empresa determina en gran medida el alcance del negocio, ya que de ella depende la posibilidad de conseguir más o menos mercados. Al hablar de expansión este tema es de total relevancia. Respecto al aporte del operador logístico, Verónica indica: “Nuestro vínculo con Cruz del Sur comienza desde el nacimiento de Cervecería Brewway. A medida que pasaron los años, nuestro volumen de movimientos comerciales con el resto del

país fue creciendo. Esto permitió que nuestra relación comercial se fuera consolidando día a día. La atención que nos brinda CDS es siempre excelente, personalizada, responsable y comprometida. CDS nos permite confiar ciegamente a la hora de trasladar caros equipamientos, cumpliendo además con los tiempos prometidos. Aquel que solo mira precios, solo está mirando una parte de lo que significa transportar un equipo o un producto.

Estamos muy agradecidos por la forma en que nos acompañan en este crecimiento dado que -al vivir en un lugar alejado de Capital Federal- el tema del transporte tiene alto impacto tanto en las compras como en las ventas de la empresa y merece siempre una especial atención”.

¡Continuamos creciendo junto a nuestros clientes!

Galería de Imágenes



01



02

03



04



05



06



07

01 02 03

Circuito Argentino de SUP 2018

CDS Mar del Plata
Eventos deportivos

El 27 de enero se realizó en aguas de la ciudad de Mar del Plata, la primera fecha oficial del Circuito Federal Argentino de SUP (Stand Up Paddle). El SUP es una antigua forma de deslizamiento en la que el navegante utiliza un remo para desplazarse por el agua mientras permanece de pie en una tabla. La competencia tuvo un total de 959,4 km en siete etapas, con una jornada de descanso tras el cuarto día. ¡Agradecemos la gestión CDS Mar del Plata en la participación del evento!

04 05 06

Jornadas de voluntariado junto a Cruzada Patagónica

SUP RACE SUMMER 2017
RSE en acción

Durante el mes de enero, se concretó la segunda instancia de voluntariado corporativo junto a Fundación Cruzada Patagónica, en la que referentes de nuestras sucursales visitaron el CEI (Centro de Educación Integral San Ignacio), en Neuquén. Participaron Mariano Borysiuk (Gerente CDS Bariloche), Omar Fuentealba (Gerente CDS Junín de los Andes) y Javier Wehncke (Gerente CDS San Martín de los Andes). ¡En Cruz del Sur seguimos compartiendo experiencias comprometidas!

07

Cruz Roja & CDS

SUSTENTABILIDAD
Convenio de cooperación junto a Cruz Roja

Nos sumamos a la labor de Cruz Roja a través de un convenio de cooperación que tiene como objetivo asistir al organismo en caso de emergencias nacionales vinculadas con el sur del país. "Siempre que sucedieron catástrofes que involucraron a alguna de nuestras plazas, estuvimos asistiendo con unidades o recursos. Este acuerdo brinda un marco institucional para canalizar la ayuda de la mejor manera", acerca Mariela Menghini, Directora CDS. ¡La gestión de sustentabilidad sigue creciendo!

CREAR

Nuestro programa insignia

CREAR
CRecimiento y
Apoyo Regional

Sustentabilidad

CREAR es una acción promovida en el marco de nuestras acciones de RSE, con el propósito de fortalecer a pequeños emprendimientos productivos regionales y/o familiares con acciones de capacitación y/o servicios de logística social. Porque sabemos que participar es siempre la mejor ruta.

CREAR es la iniciativa que generamos en CDS para difundir emprendimientos sociales vinculados con la educación, la ecología, la productividad, el trabajo y el desarrollo. Se trata de una acción promovida en el marco de nuestras acciones de RSE, con el propósito de fortalecer a pequeños emprendimientos productivos regionales y/o familiares con acciones de capacitación y/o servicios de logística social. Los objetivos que se esperan alcanzar a partir del programa insignia son:

- >> Acompañar a través de capacitaciones (empleados voluntarios y/o terceros) el desarrollo de pequeños emprendimientos regionales y familiares.
- >> Facilitar servicios de logística gratuitos y/o a bajo costo para impulsar la expansión de pequeños emprendimientos productivos.
- >> Facilitar canales de venta para la expansión de los pequeños emprendimientos productivos.
- >> Afianzar la presencia de Cruz del Sur en pequeñas localidades.
- >> Generar un espacio para posibles alianzas con municipios, clientes, proveedores y otras organizaciones.
- >> Identificar aliados estratégicos para acompañamiento del programa (ya sea para dictar capacitaciones, detectar y acompañar emprendimientos, etcétera).
- >> Lograr involucramiento de las localidades seleccionadas.

Con la aplicación del programa se espera:

- >> Fortalecer los vínculos con los grupos de interés.
- >> Reforzar la estrategia de RSE y su visibilidad en las comunidades.
- >> Contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- >> Promover el desarrollo local.
- >> Acompañar el desarrollo de pequeños emprendimientos familiares.
- >> Permitir el acceso de pequeños productores a nuevos mercados para la comercialización de sus productos.

- >> Establecer una metodología de acción que evolucione con el tiempo.

Con su aporte, CREAR busca promover el aumento de la renta de los emprendedores, la generación de nuevos canales de venta, la expansión de los emprendimientos, el involucramiento de las partes y la identificación de emprendimientos sociales en la comunidad.

De esta forma, dos emprendimientos sociales iniciarán con el Programa, a saber: Movimiento DARTE y la Escuela 721 de Camarones, en Chubut.

Movimiento DARTE produce cuadernos -hechos con material reciclable y ecológico- realizados por el Movimiento DARTE cuyo principal motor es la educación. Por eso, por cada cuaderno que compres, uno se dona a una ONG o entidad social.

Gracias a la compra de tu cuaderno un chico del movimiento MULTIPLICÁNDONOS POR VOS estará recibiendo otro de manera gratuita. Este movimiento busca favorecer escuelas trashumantes de Caviahue, Juncal, Pichaihue y Trahuncura, Neuquén.

La Escuela 721 es un emprendimiento social en donde participan alumnos en la producción de alimentos de mar. Cuenta con todas las habilitaciones correspondientes de SENASA, siendo el único establecimiento de estas características en el país. En la institución se trabaja sobre la modalidad técnica de pesca y agricultura. Allí funciona un criadero de moluscos, peces y crustáceos con los que se generan diversos productos aptos para la circulación en el mercado.

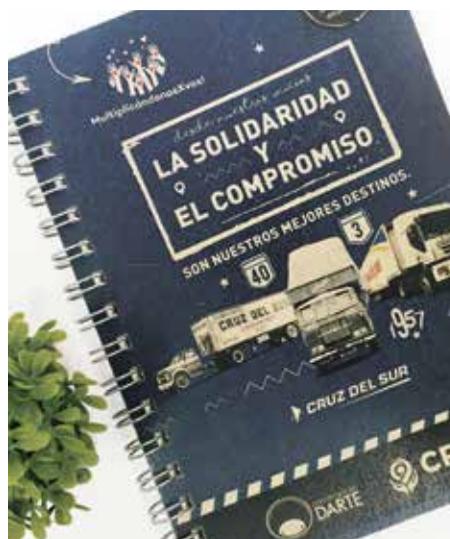
Se trata de CREAR oportunidades. CREAR rutas para alcanzar nuevos destinos. CREAR compromiso. CREAR trabajo. CREAR nuevos vínculos. CREAR valores. Porque sabemos que ayudar es siempre la mejor ruta.

¡Gracias por ser parte!



CREAR
CRecimiento y
Apoyo Regional
CRUZ DEL SUR

Para adquirir los productos de CREAR contactate con nuestra Boutique: MERCHADISING@CRUZDELSUR.COM



Sustentabilidad en Cruz del Sur

Entrevista a
Lucas Utrera (SMS)

Sustentabilidad

13

Hace un año se forma el Comité de Sustentabilidad integrado por distintas áreas de la empresa para poder encauzar las diferentes cuestiones que nos convocan en este sentido. Junto a una consultora especializada en la temática, avanzamos en distintos ejes vinculados a la elaboración del reporte, así como a la gestión y organización de tareas que hacen al registro de las acciones e iniciativas que llevamos a cabo en el último periodo. Para dar cuenta de ello, compartimos la palabra de Lucas Utrera, de SMS Latinoamérica, quien nos asesora en este camino.

CDS Magazine / ¿De qué hablamos cuando hablamos de RSE?

Lucas Utrera / Hablar de RSE o Sustentabilidad en el ámbito empresarial tiene que ver con comprender cómo las decisiones y acciones de una empresa generan distintos impactos sociales y ambientales. Lo interesante es cómo se mitigan aquellos efectos negativos de la actividad empresarial y cómo se potencian los impactos positivos. La idea subyacente es de qué manera la empresa puede generar su riqueza al mismo tiempo que genera valor social y ambiental.

CDS Magazine / ¿Por qué es importante que las empresas empiecen a trabajar en RSE? ¿Qué las motiva a este primer acercamiento?

Lucas Utrera / Las empresas tienen un importante rol en la resolución de problemáticas globales y locales, por ejemplo, el combate a la pobreza, evitar la contaminación, contribuir a la lucha contra el cambio climático. Entre las motivaciones de las empresas podemos encontrar distintas combinaciones de convicción de sus líderes de gestionar el negocio de manera responsable, pero también impulsores relacionados con la conveniencia (como nuevos requerimientos de los clientes, condicionamiento de

los financiadores, posibilidades de ahorro y expectativas de los grupos de interés). No podemos dejar de mencionar que, muchas veces, las empresas se ven obligadas a actuar responsablemente luego de haber impactado negativamente en la comunidad o haber vulnerado los derechos de alguna persona, grupo o comunidad.

CDS Magazine / ¿Qué se requiere para empezar a trabajar en este aspecto? ¿Hay requisitos excluyentes o cualquier empresa puede empezar a pensar desde la sustentabilidad?

Lucas Utrera / Cualquier empresa, más allá de su tamaño y su negocio, debería pensar su estrategia de sustentabilidad. Después de todo, tiene que ver con la manera de generar riqueza considerando los impactos sociales y ambientales. El primer paso es identificar cuáles son los temas sensibles para el negocio en materia de sustentabilidad (la medición de la huella de carbono, la seguridad de los trabajadores, la diversidad, etcétera).

CDS Magazine / ¿Cuáles son las principales dificultades al momento de trabajar la sustentabilidad en una empresa?

Lucas Utrera / La coyuntura del día a día que, muchas veces, dificulta la disponibilidad para trabajar estos temas que son importantes, pero no necesariamente urgentes. También el hecho de creer que se trata de generar nuevos costos cuando en realidad es una forma de analizar las operaciones buscando la generación de valor más allá de lo económico.

CDS Magazine / ¿Hay semejanzas, puntos de encuentro respecto a estos inconvenientes, dudas y las distintas empresas que los consultan?

Lucas Utrera / Sí, por un lado, la necesidad de orientar y defi-

nir los lineamientos estratégicos de sustentabilidad para poner un foco. Por otro lado, también la necesidad de aprender más sobre el tema, conocer buenas prácticas y comenzar a involucrar a todos los integrantes de la organización. En todos los casos también se trata de empresas que empiezan a ver a la sustentabilidad como un factor necesario para la gestión, ya sea por algún requerimiento de un

temas hacia adentro, capacitar a los líderes y comenzar con la identificación de los temas sensibles en materia de sustentabilidad. A partir de allí, el camino recorrido será único. En función de estos desafíos se determina la estructura de profesionales con los cuáles acompañaremos a cada cliente, siempre con una visión interdisciplinaria, tanto desde lo social como de aspectos más técnicos desde la biología o la ingeniería.

CDS MAGAZINE / ¿Qué es un Reporte de Sustentabilidad y que son las normas GRI?

Lucas Utrera / El reporte de sustentabilidad es un documento público y voluntario que cada vez más empresas deciden publicar. Es una herramienta de comunicación y rendición de cuentas a través de la cual la empresa transmite a sus grupos de interés su desempeño econó-



cliente, como por ahorros o nuevas posibilidades de expansión.

CDS MAGAZINE / Posee una metodología de trabajo y un equipo asignado ¿Cómo funcionan desde sus distintas tareas y profesiones encarando en conjunto las actividades?

Lucas Utrera / Cada empresa es única por lo que el trabajo se adapta a esas particularidades. No es lo mismo trabajar con una empresa de logística como Cruz del Sur que trabajar con una entidad bancaria, con una pyme o con una empresa agrícola. Sí, en todos los casos es necesario definir el equipo de referente de la empresa que impulsará estos

mico, social y ambiental del año anterior. Además, es una herramienta de gestión ya que permite sistematizar indicadores y construir información valiosa para la posterior toma de decisiones. El Global Reporting Initiative (GRI) es la metodología internacional más utilizada por empresas de todo el mundo para realizar estos reportes.

CDS MAGAZINE / En tu experiencia ¿Cómo está ubicada Argentina en estos temas? ¿Cuáles fueron los principales avances a nivel nacional?

Lucas Utrera / Las empresas argentinas continúan avanzando en la gestión sustentable de

SMS

www.smslatam.com

SMS Latinoamérica ofrece asesoramiento para el desarrollo, implementación de acciones de Sustentabilidad y Responsabilidad Social, así como asistencia para presentación y aseguramiento de reportes no financieros. En materia de consultoría, SMS asesora a sus clientes en la definición de estrategias de sustentabilidad, en el diagnóstico y relevamiento de stakeholders, el diálogo con grupos de interés, así como en temas específicos como cadena de valor, negocios inclusivos y estrategias de impacto ambiental positivo. En cuanto a los Reportes de Sustentabilidad, los servicios que ofrece SMS incluyen asesoramiento en el diseño y armado de Reporte de Sustentabilidad (RS), Auditoría de RS, alineamiento con los indicadores del Integrated Reporting Council (IR) y desarrollo de Reportes Integrados.



El Directorio junto al Comité de Sustentabilidad y miembros de SMS.

"La sustentabilidad en Cruz del Sur se implementa antes de adquirir plena conciencia del concepto. Empezamos a partir de la incorporación de pequeñas acciones o iniciativas, que fueron adquiriendo poco a poco mayor relevancia y ocupando esferas cada vez más importantes. Hoy nuestros clientes se informan sobre la cadena de valor, sobre los alcances del impacto de nuestra actividad", afirma Mariela Menghini, impulsora de la gestión de RSE en CDS.

sus operaciones, por supuesto que aún falta todavía mucho por progresar, pero sin dudas el tema llegó para instalarse en la agenda empresarial. Asuntos como la responsabilidad con los clientes, el bienestar de los empleados, las contribuciones con la comunidad, el cuidado de la cadena de valor y los temas de transparencia están cada vez más presentes en las mesas de discusión de cada organización y también a nivel institucional. Cámaras, gobiernos en sus distintos niveles, universidades y distintos actores sociales, dialogan, intercambian buenas prácticas y trabajan en pos de profundizar el compromiso con estos temas.

CDS MAGAZINE / ¿Por qué hacer sustentabilidad también es promover negocios? ¿Qué aporta

la sustentabilidad a los negocios?

Lucas Utrera / La sustentabilidad aporta nuevos criterios, tanto para la gestión de los riesgos empresariales como para la contribución al crecimiento y desarrollo de las sociedades. Brinda una mirada del cuidado y el respeto por las comunidades a partir del entendimiento de los impactos que puede tener la actividad empresarial con respecto al consumo de recursos naturales como al desarrollo de las personas.

CDS MAGAZINE / ¿Cómo fue el camino que recorrió Cruz del Sur? ¿Cuáles fueron los logros destacados? ¿Cuáles las principales dificultades?

Lucas Utrera / Cruz del Sur decidió meterse por completo en estos temas que están emergiendo a través de distintos frentes.

Ya sea por requerimientos de clientes (cada vez más frecuentes), como expectativas de las comunidades donde está presente desde hace tanto tiempo, la sustentabilidad pasó a ser parte de los análisis de la empresa. En esto asume un protagonismo central el rol del Comité de Sustentabilidad, integrado por representantes de los distintos departamentos de la empresa, y el compromiso de los Directivos. Esto permitió relevar lo hecho hasta el momento, qué cosas eran valiosas y cuáles prácticas para rediseñar. Se abrió un mundo infinito de posibilidades para trabajar en temas sociales y ambientales. Por eso, entre los logros destacados, está la elaboración de una política de sustentabilidad, la redacción del código de ética, el reporte

de sustentabilidad con información rigurosa, la definición de su política de relaciones con la comunidad, con el programa CREAM como insignia y los primeros avances en la medición de la huella de carbono.

CDS MAGAZINE /

Próximos desafíos

Lucas Utrera / Realizar el reporte de sustentabilidad 2017 rindiendo cuentas de todos estos avances, darle escala e impacto al Programa CREAM para generar oportunidades para cientos de emprendimientos sociales del país, profundizar la medición de indicadores de gestión ambiental de la empresa.

¡Muchas gracias por acercar tu experiencia!



DESDE ABRIL CRUZ DEL SUR LLEGA A QUILMES

CARGAS Y ENCOMIENDAS A TODO EL PAÍS

CDS Quilmes
Av. Calchaquí 1516
(Perón y 12 de Octubre) / CP (1878)
T (011) 2134 4291 / 2131 2760
info-quilmes@cruzdelsur.com



RED DE SUCURSALES

> ATENCIÓN COMERCIAL

BUENOS AIRES Lunes a Viernes de 08.00 hs. a 18.00 hs. >>> RECEPCIÓN DE CARGA Lunes a Viernes de 08.00 hs. a 17.00 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 Bs. As. / CP (1771)
T/F (011) 4480 6666
info@cruzdelsur.com

JUJUY

San Salvador de Jujuy *

Cotagaita 2010
B° Cnel. Arias / CP (4600)
T/F (0388) 423 5402 / 431 5148
info@cruzdelsur.com

SALTA

Salta *

Av. Tavella 3642 / CP (4400)
T (0387) 427 1985 / 86 / 87
info@cruzdelsur.com

FORMOSA

Formosa *

Av. Gendarmería Nac. 1985
B° San Juan / CP (3600)
T/F (0370) 443 0888 / 442 4033
info@cruzdelsur.com

CHACO

Resistencia *

Ruta N. Avellaneda Km 15,5 (Ruta 16) / CP (3500)
T (0383) 4765 224 / 225
info@cruzdelsur.com

MISIONES

Posadas *

Rademacher 5360 / CP (3300)
T (0376) 447 1646 / 47
info@cruzdelsur.com

TUCUMÁN

Tucumán

Lavalle 2590
(esq. Constitución) / CP (4000)
T/F (0381) 423 6720/ 9196
infocds-tucuman
@cruzdelsur.com

SANTIAGO DEL ESTERO

Santiago del Estero *

La Rioja 563/73 / CP (4200)
T (0385) 421 0689 / 422 6728
info@cruzdelsur.com

CATAMARCA

Catamarca *

Av. del Pino 1601 / CP (4700)
T (0383) 442 5337
info@cruzdelsur.com

LA RIOJA

La Rioja *

Barrio Matienzo 1501 (Ruta N° 5), Parque Industrial / CP (5300)
T (0380) 445 4728 / 4727
info@cruzdelsur.com

CÓRDOBA

Córdoba

Av. General Savio 5740 (Camino Interfábricas) Portones 46 y 47, Complejo Logístico Sur Barrio Ferreyra CP (5020)
T (0351) 450 8563/ 7727 / 450 0533/ 8740
info-cordoba@cruzdelsur.com

San Francisco *

Entre Ríos 2930 / CP (2400)
T (0356) 444 3121
info@cruzdelsur.com

Río Cuarto *

Ruta 5 Km 1 / CP (5802)
T (0358) 462 7116 / 464 7116
info@cruzdelsur.com

Villa María *

Av. Pte. Perón 1285 CP (5220)
T (0353) 453 5476
info@cruzdelsur.com

SAN LUIS

San Luis *

Av. Lafinur 95 Sur CP (5702)
T (02644) 42 8326
info@cruzdelsur.com

Villa Mercedes *

Au. de las Serranías Puntanas Km 701,1, Colectora Sur / CP (5730)
T (0266) 445 2000 (Int. 8530 y 8531)
info@cruzdelsur.com

SANTA FÉ

Rosario

Venezuela 1291 Bis (Esq. Schweitzer) / CP (2000)
T (0341) 452 0111 / 0200
info-rosario@cruzdelsur.com

Casilda *

Bv. Colón 2690 / CP (2170)
T (03464) 42 2129
info@cruzdelsur.com

Santa Fe *

Autovía Ruta 19 Km. 2 / CP (3006)
T (0345) 415 0060
info@cruzdelsur.com

Venado Tuerto *

12 de octubre 1245 / CP (2600)
T (03462) 43 9061
info@cruzdelsur.com

Reconquista *

Ruta 40 S 2.3 Km. CP (3560) / T (0810) 122 1111
info@cruzdelsur.com

MENDOZA

Mendoza

Acceso Sur Km 14 Lateral Este / CP(5507)
T (0261) 405 3884 / 85 / 87
info-mendoza@cruzdelsur.com

San Rafael

Avenida B. Mitre 2095 / CP(5600)
T/F (0260) 444 6624 / 25
info-sanrafael@cruzdelsur.com

ENTRE RÍOS

Concordia *

Av. Presidente Illia 477 (ex Ruta 4) / CP (3202)
T (0345) 427 3227 / 1780
info@cruzdelsur.com

Gualeduaychú *

Boulevard Jurado 458/ CP (2822)
T (03446) 42 9545
info@cruzdelsur.com

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

25 de Mayo Este 1303/ CP (5400)
T/F (0264) 427 3053 / 422 6240 / 44 / 55
info45-sanjuan@cruzdelsur.com

LA PAMPA

General Pico *

Calle 32 N° 35 / CP (6360)
T (02302) 43 1684
info@cruzdelsur.com

Santa Rosa *

J. D. Perón 1935-45 / CP (6300)
T (02954) 42 0543 / 45 9077 / 488 3543
info@cruzdelsur.com

BUENOS AIRES

C.A.B.A (Receptoría)

Cochabamba 3240 / CP (1252)
T/F (011) 4931 3617
recepcion-loria@cruzdelsur.com

CTC

Pergamino 3761/ Nave 4 CP (1437) / Módulos 104 al 108 701,1. Colectora Sur / CP (1252)
T (011) 2206 2620
info-ctc@cruzdelsur.com

San Martín (Receptoría)

Rep. de El Líbano 4079/ CP (1650)
T (011) 2058 0334 / 2050 0992
receptoriasanmartin
@cruzdelsur.com

Quilmes (Receptoría)

Av. Calchaquí N° 1516 (Perón y 12 de Octubre) / CP (1878)
T (011) 2134 4291/ 2131 2760
info-quilmes@cruzdelsur.com

Liniers (Receptoría)

Montiel 279 / CP (1408)
T (011) 4641 7627 / 7680
receptorialiniers@cruzdelsur.com

Mar del Plata

Av. Pte. Perón Km. 2,5 (F. Camaró y E. Arolas) / CP (7604)
T/F (0223) 465 6272
info-mardelplata@cruzdelsur.com

Bahía Blanca

Ruta 3 Sur Km. 693,5/ CP (8000)
T/F (0291) 455 7857 / 7859
info-bahia blanca@cruzdelsur.com

Pacheco

Colectora Panamericana Este N° 30.605 Km. 30,5 (Bajada 197) / CP (1617)
T (011) 4589 5488 / 2071 5852
info-pacheco@cruzdelsur.com

Junín *

Circ. el Firpo y Rojo Vesgas CP (6000)
T (0236) 442 1130 / 444 6653 / 0569
info@cruzdelsur.com

Pehuayo *

Av. Pte. Néstor Kirchner 453, ex Avellaneda / CP (6450)
T (02396) 47 7999
info@cruzdelsur.com

Tandil *

Ugale 18 / CP (7001)
T (0249) 444 8339 / 8272
info@cruzdelsur.com

NEUQUÉN

Chos Malal

Sarmiento 1325 / CP (8353)
T/F (02948) 42 3060
info-chosmalal@cruzdelsur.com

Cutral Có

Juan Manuel Sabio y Colombres, Ruta 22 Km. 1332, 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

Ruta Nacional 40, Km. 2.221,47 / CP (8370)
T/F (02972) 42 7553 / 2220
info-sanmartindelosandes
@cruzdelsur.com

Rincón de los Sauces

Calle Patamora S/Nº (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 (8407)
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
info-bariloche@cruzdelsur.com

Choele Choe

Doña Rosa Maldonado 150 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@cruzdelsur.com

Río Colorado

Leonardo Alzueta 120 CP (8138)
T/F (02931) 43 1487
info-riocolorado
@cruzdelsur.com

San Antonio Oeste

San Martín (esq. Mozotegui) CP (8520)
T/F (02934) 42 2452
info-sanantoniooeste
@cruzdelsur.com

Sierra Grande

Calle 102 N° 225 CP (8532)
T/F (02934) 48 1373
info-sierragrande
@cruzdelsur.com

Viedma *

Calle 207 N° 1675, Pque. Industrial / CP (8500)
T/F (02920) 43 032/ 034
info-viedma@cruzdelsur.com

CHUBUT

Comodoro Rivadavia

P. P. Ortega 2047, B. Industrial / CP (9000)
T/F (0297) 447 3365 / 4370
info-comodoro@cruzdelsur.com

Esquel

9 de Julio 1687/ CP (9200)
T/F (02945) 45 0985 / 3862
info-esquel@cruzdelsur.com

Puerto Madryn

Panamá 1868, Parque Industrial / CP (9120)
T/F (0280) 445 1360 / 6360
info-puertomadryn
@cruzdelsur.com

Trelew

Mosconi Norte 436, Parque Industrial / CP (9100)
T/F (0280) 444 6110 / 444 7000/ 444 6483
info-trelew@cruzdelsur.com

SANTA CRUZ

Caleta Olivia

Pocha Juárez 648 CP (9011)
T/F (0297) 485 1320
info-caletaolivia@cruzdelsur.com

Piedra Buena

Gregorio Ibáñez 485/ CP (9303)
T/F (02962) 49 7694
info-piedrabuena
@cruzdelsur.com

El Calafate

Flavio Gago 196 (entre Gallardo y Maestro Lang) / CP (9405)
T/F (02902) 49 6150 / 49 6151
info-elcalafate@cruzdelsur.com

Pico Truncado

Santiago del Estero 672 CP (9015)
T/F (0297) 499 3980
info-picotruncado
@cruzdelsur.com

Puerto Deseado

Maipú 545 / CP (9050)
T/F (0297) 487 2652 / 2653
info-puertodeseado
@cruzdelsur.com

Puerto San Julián

Calle 5 N° 51, Parque Industrial / CP (9310)
T/F (02962) 41 5000 / 4555
info-puertosanjulian
@cruzdelsur.com

Río Gallegos

Ruta 3 Km. 2614 / CP (9400)
T/F (02966) 44 3000 / 45 7669
info-riogallegos
@cruzdelsur.com

Río Turbio

Pje. Julia Dufour y Ruta 40 CP (9407)
T/F (02902) 48 2929 / 48 2913
info-rioturbio@cruzdelsur.com

TIERRA DEL FUEGO

Río Grande

Chacabuco 1235 / CP (9420)
T/F (02964) 43 2630 / 42 2569
info-riogrande@cruzdelsur.com

Ushuaia

Manuel Camiña 105 / CP (9410)
T/F (02901) 43 6292 / 0439
info-ushuaia@cruzdelsur.com

* Sucursal tercerizada.



Valoramos aquello que más querés

El valor real de tus envíos se mide en el cuidado que se les brinda.
En la confianza de saber que todo está en las manos de quienes más
saben de transporte. Y en Cruz del Sur somos conscientes de ello.
Por eso y desde hace 60 años, estamos presentes en todos tus envíos.

Todos llegan ... en Cruz del Sur lo hacemos
sabiendo lo que más querés.

 **CRUZ DEL SUR**
ENVÍOS A TODO EL PAÍS