

**ACTIVIDADES DE DIAGNÓSTICO 2020 (2DA PARTE) - GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN -**

*Lee los casos y realiza para cada uno las siguientes actividades:*

- 1- *Busca en el diccionario vocabulario desconocido.*
- 2- *¿Cómo comienza la empresa? Menciona brevemente los pasos y los cambios desde que comenzó el proyecto hasta la actualidad.*
- 3- *¿Dónde está ubicada?*
- 4- *¿Cuál es el objeto (fin, objetivo) para el cual fue creada? Enumera los productos que fabrica y comercializa.*
- 5- *Qué menciona el caso respecto los siguiente ítems?*
  - a) *La MISIÓN*
  - b) *Los VALORES*
  - c) *El personal*
  - d) *Los clientes*
  - e) *Los proveedores*
  - f) *El medio ambiente*
- 6- *¿Cómo da a conocer sus productos?*
- 7- *Menciona para cada caso algo que llamó tu atención o que no conocías de la empresa.*

**Empresas – (01-2020) - Publicado en Revista Pymes**

**Vacalín: el dulce de leche que está en todos los alfajores**



**Adrián Cagnoli, vicepresidente de Vacalín.**

Cuando Joaquín Rodríguez llegó a la Argentina a principios del siglo XX, tal vez no imaginó que su destino sería el de crear una empresa que no sólo es una marca icónica del dulce de leche, sino que además tiene una presencia productiva en innumerable cantidad de productos hechos por terceros. Hacia 1926, este joven nacido en España decidió emprender su propio negocio de reparto de dulce de leche, para el cual adquirió un vehículo. Entre viaje y viaje, Rodríguez hacía amigos y relaciones. Al tiempo, se sumó a una empresa –con 12 de esos contactos– que producía dulce de leche con una marca que hoy ya no está: El Mago.

Con los años, fue su primogénito, Ernesto Luis Rodríguez, el que quedaría a cargo de las acciones de su padre. Con el dulce de leche en los genes, Ernesto abre su propia fábrica, en las afueras de La Plata, pensando en la industria alimentaria como principal target. El éxito fue rotundo y de a poco se fue incorporando la tercera generación: Hugo y Ernesto Rubén, el actual presidente, tomaron la posta. Hoy, los bisnietos de don Joaquín ya participan del negocio, cuenta Adrián Cagnoli, vicepresidente de

Ernesto Rodríguez e Hijos, tal la razón social de la compañía que la mayoría conoce por su marca Vacalín.

A partir de los '80, la empresa experimentó un proceso de profesionalización que la llevó a un importante crecimiento en su planta ubicada en Bartolomé Bavio (partido de Magdalena, provincia de Buenos Aires). El espíritu “dulcero” de los primeros años se vio complementado por toda una nueva gama de productos, incluyendo quesos (que ya representan el 25% del total de las ventas), leche, helados, manteca y crema. “Hacia fines de la década de 1990 nos enfocamos en la producción de gran escala para abastecer a las industrias y **convertirnos en los principales proveedores de empresas alfajeras, heladeras y productoras de magdalenas**”, cuenta Cagnoli. “Desde entonces **nos hemos convertido en el principal productor de dulce de leche** de la Argentina”, afirma.

Un dato: los principales alfajores que se producen en el país **llevan dulce de leche Vacalín en su corazón**, desde los más caros hasta los más económicos. Los fabricantes se aseguran el producto como una especie de seguro de calidad: la empresa fue desarrollando más de 100 fórmulas de dulce de leche para cada empresa, de las cuales hoy mantienen más de medio centenar activas. El envase para consumo familiar con marca propia fue lanzado recién en 2010.

El proceso expansivo continúa en avance: recientemente la compañía inauguró una planta de producción de dulce de leche que le va a permitir triplicar el volumen. “Todo esto nos beneficia en el desarrollo de nuevos productos y canales para llegar al consumidor final”, agrega Cagnoli. Los puntos de venta propios ya son nueve: cuatro en la ciudad de Buenos Aires (Mataderos, Palermo, Liniers y Caballito) y otros cinco en la provincia (Vicente López, Florida, Martínez, San Isidro y La Plata).

Ernesto Rodríguez e Hijos fue una de las empresas distinguidas en la edición 2019 del **Premio AlimentAR**, organizado por Banco Galicia y Exponenciar.

### **Producción por tres**

La empresa cuenta hoy con 220 empleados directos, de los cuales 170 trabajan en la planta industrial de Bavio. Mensualmente se producen unas 3.500 toneladas de lácteos, número que se incrementará en la medida en que la nueva planta entre en producción.

Si bien el mercado interno absorbe casi la totalidad de la producción (98%) la empresa apunta a la exportación: de año a año, las ventas al exterior subieron 60%. Entre los principales destinos están Estados Unidos, Canadá, Brasil, Chile, Paraguay, Emiratos Árabes Unidos, Uruguay y Panamá, así como otros exóticos, entre los que aparecen Gabón, Siria y el Líbano. El 65% de las ventas que se realizan dentro de la Argentina, a su vez, tiene como destino productores del segmento de alfajores.

A diferencia de otras marcas, Vacalín no hizo publicidad: su popularidad fue creciendo con el boca a boca, a medida que se corría la voz de que eran los dueños del dulce de leche de prácticamente todos los alfajores. Pero ahora la estrategia apunta claramente fronteras afuera: Estados Unidos y Brasil son los próximos destinos.



## **INICIOS: UNA HISTORIA DE CRECIMIENTO SOSTENIDO**

La historia de Limansky S.A. se inicia alrededor de 1940, cuando su fundador, Marcos Limansky comenzó a elaborar colchones de lana y algodón.

Desde el año 1949 se inició en el desarrollo de los primeros productos con resortes, lo que significó el inicio de su vida como industrial y el origen de Limansky S.A. como Organización.

En 1968 Limansky S.A. se instala en el lugar donde hoy se encuentra la Planta Industrial de Rafaela.

Los sucesivos años se caracterizaron por el interés en profundizar al máximo cada propuesta comercial, reinvertir constantemente en tecnología y perfeccionar cada procesos productivos y de gestión.

Limansky S.A. sigue manteniendo al día de hoy aquellas sólidas bases de crecimiento que la inauguraron: profesionalismo, compromiso con los clientes, espíritu emprendedor y actitud hacia el cambio.

Hoy podemos reconocernos como Empresa líder en la fabricación de productos para el descanso. Hemos conquistado el mercado gracias a un modelo de negocios basado en aquellos pilares que caracterizan a nuestra gestión: la confianza y el compromiso conjunto, la flexibilidad y la innovación, el deseo de enfrentar realidades nuevas y las ansias de progreso.

Nuestra Planta Industrial, ubicada en la ciudad de Rafaela, provincia de Santa Fe, cuenta con 600 empleados que día a día colaboran en la producción con calidad de productos para el descanso.

Actualmente se fabrican colchones de resortes y espumas, y además nos especializamos en la producción de almohadas y somieres. Disponemos de nuestra propia elaboración de espumas, lo que nos permite ofrecer una alta variedad de materiales según densidades y calidad.

Por estos motivos, Limansky S.A. es considerada de las Plantas Industriales más modernas de Latinoamérica.

## **MISIÓN Y VALORES**

Nuestra empresa ha ahondado en la definición de los diferentes elementos que la sustentan y definen como organización. Es así que establecemos de manera clara y definida nuestra misión y nuestros valores, dos elementos que incluyen un conjunto de fortalezas y una forma particular de agregar valor a nuestra propuesta.

### **NUESTRA MISIÓN**

Fabricar y comercializar productos con calidad para el mercado del descanso.

### **NUESTROS VALORES**

- Compromiso con clientes, proveedores y la comunidad.
- Desarrollo integral de nuestra gente.
- Espíritu emprendedor.
- Protección de salud, seguridad y medio ambiente.

- Buen clima laboral.
- Cuidado del patrimonio.

## **LOGÍSTICA: 9 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN**

La empresa cuenta con 9 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN en toda Argentina y Uruguay.

RAFAELA - CASA CENTRAL MENDOZA	BUENOS AIRES RESISTENCIA	CIPOLETTI ROSARIO	CÓRDOBA SAN JUAN	MONTEVIDEO
-----------------------------------	-----------------------------	----------------------	---------------------	------------

## **MARCAS**

Nuestras marcas nos permiten disponer de un sólido posicionamiento en el mercado del descanso. Los productos fabricados ofrecen la mejor combinación de soporte, confort y cuidado de la salud, logrando un amplio reconocimiento por parte de clientes y consumidores.

Inducol ha sido la marca histórica desde el comienzo de las actividades. Por su lado, en 1996, se marca un hito a partir de la adquisición de la licencia de fabricación de marca King Koil. Generando innovaciones, a partir de 2006 incorporamos Natural Response, una valiosa propuesta basada en productos fabricados con materiales de última tecnología en la industria del descanso, tales como la espuma viscoelástica y el látex. En marzo de 2010, lanzamos la marca de almohadas Nativa. Ésta ha sido la prueba más reciente de su cultura creativa: “Nativa, tecnología y diseño en almohadas”. Su eslogan se convierte en una definición contundente sobre el perfil de la marca y su amplia cartera de productos. Continuando con nuestra historia de crecimiento e innovación, en el año 2011 se incorpora Serta, la marca líder del mercado norteamericano reconocida por ofrecer el mejor colchón del mundo.

Para el segmento infantil, contamos desde el año 2001 con una licencia de Looney Tunes. También fabrican productos, con marcas especialmente diseñadas para satisfacer las necesidades el mercado uruguayo.

La fortaleza de nuestra Empresa radica en disponer de una clara estrategia de portafolio, donde cada marca responde a cada tipo de consumidor. Esto hace posible que durante el proceso de venta seamos capaces de tener una respuesta para todo tipo de cliente de cualquier canal donde desee efectuar la compra. La amplitud de marcas y de posicionamiento de precios hace posible una venta contundente y con respuestas firmes a las objeciones más usuales como también da una herramienta sólida para convertirse en proveedor único de sus clientes.

## **RSE**

En Limansky S.A. consideramos a la Responsabilidad Social Empresaria como un compromiso deliberado y necesario, apoyado en los valores que nos definen. Es esencial para nosotros fortalecer los lazos con la sociedad, mediante un involucramiento sincero con la comunidad, un aporte productivo al desarrollo social y un accionar ético sobre el medio ambiente.

Buscamos Ofrecer a nuestros colaboradores un bienestar laboral, equilibrando la vida personal y profesional, con el fin de lograr una armonía entre los intereses individuales y organizacionales.

## **POLÍTICA DE MEDIO AMBIENTE, HIGIENE Y SEGURIDAD**

Nuestra política es proteger el medio ambiente, la salud y la seguridad de los empleados, clientes y el público en general.

Desde su implementación hemos logrado consolidarla progresivamente y arraigarla fuertemente en nosotros.

Nuestras acciones se encuentran orientadas a trabajar de manera conjunta por el medio ambiente, la seguridad y la salud de nuestros empleados con el objetivo de prevenir accidentes o emergencias que puedan afectar a los integrantes de la empresa como al futuro de la misma.

## **MEDIO AMBIENTE, LIMANSKY S.A.**

- Cumplirá con todas las regulaciones y leyes vigentes.

- Promoverá la protección del medio ambiente, la conservación de los recursos, el mantenimiento de la propiedad y la reducción de desperdicios.
- Fomentará y capacitará a todos sus empleados para comprometerlos a reducir el impacto de sus trabajos de modo que sean compatibles con el desarrollo sustentable.

## HIGIENE Y SEGURIDAD OCUPACIONAL, LIMANSKY S.A.

- Cumplirá con todas las regulaciones y leyes vigentes.
- Diseñará sus actividades, construirá mantendrá y operará sus instalaciones de manera de proteger los recursos humanos y físicos.
- Capacitará a sus empleados, proveerá y exigirá el uso de equipos de protección y medidas adecuadas para preservar la integridad psicofísica de las personas, e insistirá en la importancia de realizar todos los trabajos en forma segura, independientemente de su urgencia.

## SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

Nuestra planta industrial responde a diferentes medidas de seguridad que colaboran con minimizar y evitar diferentes tipos de riesgos:

- Creamos entornos seguros que preserven la salud de las personas, las instalaciones y el medio ambiente.
- Evaluamos las tareas a realizar y brindamos la protección necesaria al momento de ejecutarlas.
- Implementamos la práctica de un conjunto de ejercicios para mejorar las posturas adoptadas durante la jornada laboral y prevenir potenciales riesgos derivados de nuestro desempeño. Todas estas acciones contribuyen a evitar posibles lesiones durante el trabajo y a incrementar notablemente la calidad de vida de todos los que hacemos Limansky S.A.
- Aplicamos pausas activas que intervienen en la rutina diaria de los empleados con el objetivo fundamental de mejorar la calidad de vida de todo el personal.

## DETECCIÓN Y EXTINCIÓN DE INCENDIOS

Las grandes inversiones que hemos realizado en infraestructura nos permiten disponer de los más modernos sistemas de detección y extinción de incendios:

- Instalamos rociadores en la fábrica.
- Construimos dos cisternas de 500.000 litros cada una.
- Adquirimos una bomba de 9500 litros por minuto a gran presión.
- Instalamos 25 hidrantes en puntos estratégicos del predio.

## BRIGADA DE EMERGENCIAS

Como complemento de todas nuestras Políticas de Seguridad contamos con el entrenamiento y compromiso de un grupo de 60 brigadistas voluntarios empleados de nuestra Empresa, capacitados para dar respuesta ante distintas emergencias.

## CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

### PLAN DE GESTIÓN DE RESIDUOS

Toda industria genera excedentes en su producción. Nuestro deber es proteger el medio ambiente y velar por el cumplimiento de la normativa vigente en tratamiento de residuos. Por esta razón, el plan de gestión de residuos responde a la necesidad de revisar los procesos e identificar los desechos de la empresa para poder avanzar en la investigación de las posibilidades de valorización de los mismos.

El proceso que se esta aplicando en nuestra fábrica consiste en identificar los residuos generados, minimizarlos, reaprovecharlos y brindarles un tratamiento que les permita volver a ser parte de la cadena productiva.

La identificación se aplicó en primera instancia en la Planta Industrial relevando e identificando las tipologías y cantidades de residuos generados. El proceso finalizó con el establecimiento de las alternativas de valorización, tratamiento o eliminación de los residuos de acuerdo a la normativa vigente.

El mismo concepto fue aplicado a los comedores y oficinas diferenciando entre residuos reciclables y no reciclables.