

Cambios estratégicos bien afinados

Por pedido de lectores que solicitan que reeditemos algunas notas de nuestra revista, tal la solicitud de la carta publicada en Edición Nro. 101 de Revista Letreros, en este caso reiteramos la publicada en la Edición 80, titulada: “Cambios estratégicos bien afinados”, realizada al Sr. Roberto Serra, un reconocido profesional en administración de empresas, Profesor de la U.B.A., San Andrés y consultor internacional.

Introducción

En noviembre de 2005 en el Auditorio de Belgrano se presentó el evento: “Seminario Concierto sobre Innovación Disruptiva en la estrategia y el marketing empresarial y su paralelismo simultáneo con momentos cumbre de la historia de la música”, por el reconocido profesional en administración de empresas, Roberto Serra, Profesor de la U.B.A., San Andrés y consultor internacional. Volvemos a revivir aquel momento.

Fue una noche muy especial

La inmensa sala del auditorio de Virrey Loreto y Av. Cabildo, en el barrio de Belgrano, estaba casi colmada. El público, conformado principalmente por muchos hombres, especialmente jóvenes, de traje y portafolio, y mujeres con aspecto de estudiantes universitarias o profesionales, esperaba expectante que ocuparan sus lugares los 65 músicos integrantes de las orquestas del Teatro Colón y Filarmónica de Buenos Aires. El evento anunciado tenía mucho de enigmático, desde su título: “Viviendo la innovación disruptiva”, y donde se aclaraba que se trataría la relación de los nuevos conceptos y modelos de estrategia y marketing con las estrategias que utilizaron grandes compositores como Haydn y Beethoven para imponer obras que revolucionaban lo escuchado hasta aquellos días. Acomodados los músicos sobre el escenario, apareció Serra diciendo: todos los presentes, desde chicos, fuimos enseñados a que el orden y lo predecible es bueno y el desorden es malo. Lo primero está emparentado con la física determinista, con el orden newtoniano, lineal, y que es lo se sigue aplicando en las empresas, y en donde todo, teóricamente, se puede controlar. Para este orden, una empresa está compuesta por partes: producción, marketing, finanzas, ventas, etc. Se pueden predecir comportamientos, cómo puede funcionar cada área, y si algo anda mal, se cambia al gerente o se investiga quién tiene la culpa.

(sigue en página 12)

Roberto Serra y los 65 músicos integrantes de las orquestas del Teatro Colón y de la Filarmónica de Buenos Aires en el evento “Viviendo la innovación disruptiva”, actuación llevada a cabo en noviembre de 2005 en el Auditorio de Belgrano.



PLOTTERS SERVICE

GRAPHTEC

el nombre detrás de la máquina
es lo que cuenta



Craft ROBO

- Corta todos los materiales: Vinilo Calandrado, Reflectivo, Flex, Flock.
 - Troqueles Plantillas para Manualidades, Packaging, Señaladores, Tarjetería, etc.
- Vea todo lo que puede hacer en los videos de nuestra web.
Incluye Software - Lector Óptico.
Ideal para Principiantes.



CE5000 Engineering Class

¡Máximo ancho de corte 61 cm y 122cm reales!
Excelente calidad de corte.

PROMOCIÓN:

El equipo se entrega con:

- Pié Original de Fábrica.
- Porta Rollo Original de Fábrica, Barrales y Trabas.
- Software - Plug in para uso de Corel o Illustrator.
- Lector Óptico para corte de contorno de imágenes impresas con todo tipo de impresoras.
- Fibra y Trincheta.



JS501

NUEVA Impresora Base Solvente o Eco de 1,80 de ancho.

Características Totalmente Mejoradas:

- Imprime hasta 36m²/hora.
- Cabezales Xaar126-300 de 35 pl.
- Resolución 720 x 1440 dpi.
- Sistema de calentamiento triple.
- Limpieza automática o manual.
- Muy bajo costo de impresión.
- Incluye Rip SINGJET, Sistema de control de tensión de material, Take Up Roll.

EXCELENTE PRECIO DE LANZAMIENTO

BORDEAUX

DIGITAL PRINTING
MASTER DEALER EN ARGENTINA

Tintas Eco Solvente para Impresoras Roland.

- Excelente Calidad.
- Muy Bajo Costo Operativo.
- No daña la Operario ni al Ambiente.
- No es necesario gastar tiempo ni dinero en la creación de perfiles de color, ni sistemas de extracción de aire ni secadores adicionales.
- Sin Olor.

Roland



VersaArt

NUEVO RIP Versa Works 3.0
Incluye Roland Intellinet Pass Control
Mas Velocidad - Mas Calidad



CAMM 1 SERVO GX-24

Ancho: 60cm



Versa CAMM

Plotter de Impresión y Corte.

- Incluye Rip Roland Versa Works. / - Roland Color System Library. / - Imprime hasta 15m²/h. / - Lector óptico (lectura cuadrangular), / - Resolución 720 x 1440 dpi. - Imprime sobre materiales con y sin emulsión. / - Limpieza automática de cabezales.

GARANTÍA: 2 AÑOS

McCAL

Vinilos Calandrados - Materiales de impresión

Santiago 340 - Rosario - Tel/fax: 0341-4356806/4354101
E-mail: info@plotterservice.com.ar - www.plotterservice.com.ar

Bs.As. - Elea Serimarket - 011-46575245 - info@eleaserimarket.com.ar / Cap. Federal - Salsa Tecnología SRL - 011-46743223 - plotter@grupoastegiano.com / Córdoba - Elea Autoadhesivos - 0351-4892201 - alberdi@elea.com.ar / Mar del Plata - Vinilotodo 0223-4739435 - stylo2001@speedy.com.ar / Patagonia - Graphics Neuquén - 0299-4476850 - graphicsnqn@speedy.com.ar / San Juan - Distribuidora Alcalde - 0264-4228370 - distalcalde@distalcalde.com.ar / Mendoza - Calco Bel - 0261-4311663 - info@calcobel.com.ar

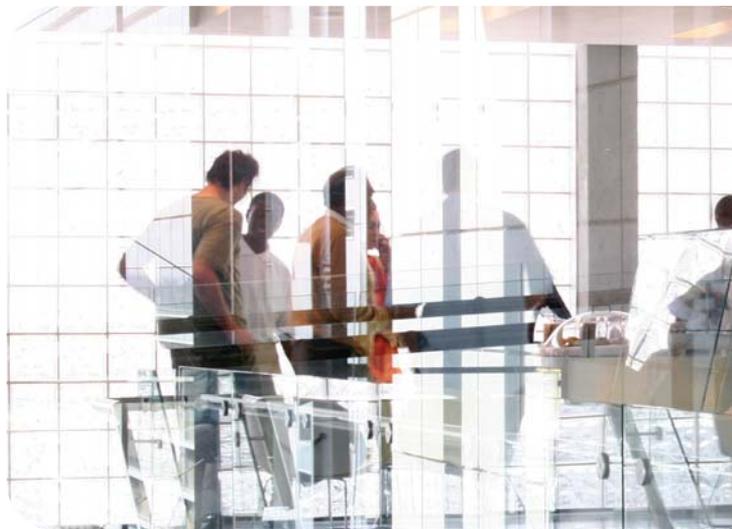
La hora de pensar distinto

Esto sigue siendo un paradigma no sólo para los negocios, también para la economía y la sociedad en general. Sin embargo, decía Serra, esta teoría sirve sólo para el 5% de lo que pasa; el resto, no es lineal. Por eso, llegó la hora de pensar distinto, de cambiar, de ser disruptivos, de buscar soluciones diferentes, porque si no, cuando hoy una empresa llega a un punto de perturbación importante, si no cambia y crece, se muere. El orden lineal, newtoniano, nos acostumbra estar bajo el concepto de locality, a ver las cosas separadas, a las partes de la empresa, y no sus conexiones. A mirar por un lado a los proveedores, por otro a los canales de distribución, por otro a los clientes, por otro a los empleados, como si fueran entes aislados sin conexiones. En este esquema mental, de esta forma de actuar, en el camino de lo simple, del locality, se suele escuchar: “mi empresa es mi empresa, mis clientes y proveedores están afuera, y cada sector cuida lo suyo. Tengo tantos años en este negocio que nadie sabe más. Serra aclara: tiene experiencia de lo que pasó, no de lo que viene. Juzga el futuro por lo que el empresario ve, el corto plazo, la búsqueda de resultados ya, o “si no vende cambia el precio, o hace más publicidad”. Pero ¿qué pasa si destruye la marca? No piensa más allá.

Arte y música puede ayudarnos a entender ciertas cosas que hoy todavía nos cuesta aceptar, porque avanzaron mucho más rápido que las ciencias.

Música lineal y música disruptiva

Juan Sebastián Bach (1685-1750) considerado como el padre de la música clásica de Occidente; es música lineal, escrita con fórmulas matemáticas y que responde a la era newtoniana. Si se ejecuta tal cual



Llegó la hora de pensar distinto, de cambiar y ser disruptivos, buscando soluciones diferentes, porque si no, cuando hoy una empresa llega a un punto de perturbación importante, si no cambia y crece, se muere.

aparece en las partituras, suena mecánica. Luego de la muerte de Bach, apareció una disrupción provocada por otro genio, el padre de la sinfonía, logró cosas que hoy se hablan en estrategia y marketing. Haydn (1732-1809) escribió 104 sinfonías, era muy alegre, optimista e innovador, y tal vez el compositor más exitoso en vida entre todos los grandes. Siendo joven, comenzó a trabajar para el príncipe Esterhazy, hasta 1790, año en que murió. Haydn quedó libre para moverse en forma independiente. Tenía su propia orquesta de la cual era director y compositor. Luego llega Beethoven, quien a comienzos del siglo siguiente fue mucho más lejos, rompiendo las reglas de juego y anticipando cosas que se hablan en física cuántica.

(sigue en página 14)

	MEJORAMOS CUALQUIER PRESUPUESTO EL MEJOR PRECIO DEL MERCADO	Módulos 	Tiras flexibles
		Fuentes 	Controladoras
Tel: (54-11) 4762-2891		www.ledxled.com.ar	

www.eleaserimarket.com.ar



Vinilos Mc Call, calandrados, transparentes, fluo y poliéster



serimarket

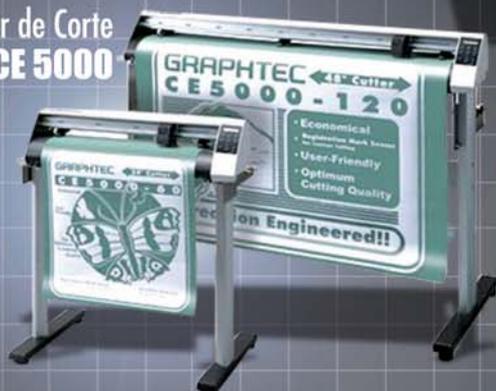
IMPORTACION DISTRIBUCION
insumos serigráficos y comunicación visual



JHRSTA

impresora a base
de solvente
Línea 6000 / 8000

Plotter de Corte
GRAPHTEC CE 5000



Insumos serigráficos,
máquinas manuales,
tintas, emulsiones,
sustratos varios



Termotransferible Thermic Quality
amplia gama de materiales:
termos, flock, holográficos, fluo,
fotoluminiscentes y glietter

shauer_diseño: 15-5497-5730

Av. Mitre 585
Villa Martelli
Bs. As. Argentina

Hernandárias 195
Lomas del Mirador
Bs. As. Argentina

Mitre 262
Tandil
Bs. As. Argentina

Belgrano 4620
Villa Domínico
Bs. As. Argentina

4761-8091

4657-5245

02293-427548

4207-1988

Un debut inolvidable

Roberto Serra, Licenciado en Administración de Empresas con un postgrado en Planeamiento Estratégico en el MIT y en la London Business School. Profesor de Administración General y de Planeamiento a Largo Plazo en la Universidad de Buenos Aires (U.B.A), como así también Director de la Maestría en Marketing de la Universidad San Andrés. Autor de 10 libros sobre su especialidad, consultor internacional en Estrategia y Marketing, tuvo tiempo para estudiar Dirección Orquestal. La noche del Seminario Concierto fue también la de su debut como tal. En aquel momento, con sólo tres ensayos al frente de la orquesta, puede decirse que tuvo un gran desempeño, y también, saciar el placer de aquellos amantes de la música clásica.



Roberto Serra, con varios títulos, se dio tiempo para estudiar Dirección Orquestal.

Sinfonía: idea, integración e importancia

En este seminario concierto -decía Serra- vamos a manejarnos con la música sinfónica, escrita para que se luzca toda la orquesta, a diferencia de los conciertos que es para el lucimiento de uno o varios solistas, con acompañamiento. La sinfonía da idea, además, de integración y de importancia de todas las partes, como lo debe ser tanto en un grupo orquestal como en una empresa. Volviendo a Haydn, este genio que fue maestro de Mozart y Beethoven, estableció la estructura de la sinfonía clásica en 4 movimientos: alegre, adagio o andante, minué y rápido o presto, y si bien esto mostró un esquema “locality” como partes muy separadas, con poca relación entre ellas, a lo largo de los años fue evolucionando y proponiendo cosas impensables para su época. Por ejemplo, en la sinfonía 45, llamada “La despedida”, en el último movimiento los músicos se iban levantando uno a uno, dejando de tocar y yéndose del escenario, hasta que la sinfonía la terminan apenas dos violines. En la sinfonía 60, “El distraído”, fue más allá, alteró la cantidad de movimientos, ya que tiene 6 en lugar de 4, y en el último el director se distrae, y los músicos tocan mal, hacen disonancias, por lo cual debe parar a la orquesta y volver a empezar. Esto era impensable en Bach y cualquiera de sus contemporáneos.

Haydn realiza estudios de mercado

Con la muerte de su príncipe mecenas, su principal cliente hasta el año 1790, y la no renovación de su contrato con la corte, Haydn ya libre va a París a probar suerte. Pero antes de componer para ese público hace un exhaustivo estudio de mercado: asiste a conciertos, se reúne con comunidades de músicos, ve lo que pasa, entiende a la gente, al cliente, y compone haciendo innovaciones pero atendiendo a los gustos locales. Y tiene éxito. Lo mismo le ocurre luego en Londres: estudia el mercado, ve que a la gente no le gusta los movimientos lentos, por lo cual, en todas sus sinfonías del período londinense no pone movimientos lentos puros. Rompe los esquemas y los hace más dinámicos.

Por ejemplo, en su sinfonía N° 100 llamada “Militar”, tal vez la más famosa, mete una banda militar en el medio del movimiento lento. La gente se paraba para aplaudir con todas las ganas, con tanto entusiasmo como hoy lo haría en medio de un hit cantado por un grupo de rock o pop.

Lo que muchas empresas no saben hacer

Haydn ha tenido la habilidad de entender al cliente y ofrecerle nuevas opciones para conquistarlo, algo que muchas empresas no saben hacer, porque están acostumbradas a copiar patrones. “Si nos va bien, sigamos con lo mismo”. “Hagamos rápido lo que vemos”, dicen nuestros modelos mentales. Pero, cuando llegan a un punto de perturbación, como se dijo antes, si no se cambia la forma de pensar, se puede ir para abajo. Un punto de bifurcación en una empresa pueda darse por varias situaciones. Por ejemplo, al encarar un nuevo negocio, o cuando la competencia nos enfrenta con algo impensado, o como cuando una situación externa terrible, como lo fue la devaluación, nos obliga a replantear todo.

(sigue en página 16)

La sinfonía da idea de integración e importancia de todas las partes, como debe ser, sea un grupo orquestal como una empresa. Todo en su lugar y armoniosamente.



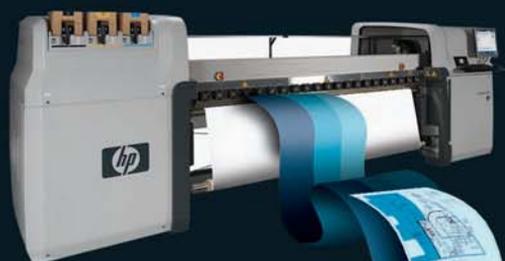
CONFIAMOS en la mejor CALIDAD Y TECNOLOGÍA

"El ritmo de hoy en día, nos exige ser más eficaces, más rápidos, tener la mejor tecnología y brindar gran calidad de impresión para nuestros clientes.

Por eso, en Base3 confiamos a HP nuestros equipos de impresión.

Recientemente hemos adquirido nueva tecnología de impresión que representa la última tendencia para el mercado de Super Gran Formato, permitiéndonos proveer servicios de Comunicación visual con la mejor calidad."

Sebastián Vazquez, socio gerente



HP DesignJet L65500

La primera impresora con tintas basadas en Latex de la industria, tecnología desarrollada y patentada por HP. Impresora de alta resolución para interior y exterior de 2,5 mts. de ancho. Especial para impresión de vinilos aplicaciones Backlit y todo tipo de impresiones de gran formato.

HP Scitex XP2750

Impresora UV Industrial Roll-to-Roll y Flatbed de Super Gran Formato de alta resolución de 3,2 mts de ancho.



Progressive, Profitable Printing

base3

Tel./Fax.: (+5411) 4921-6000
www.base3.net

Haydn con sus investigaciones en el mundo de los músicos y del público equilibró su afán de renovación con el gusto de los clientes, y así pudo armar un buen marco estratégico. Nosotros, cuando hablamos de marco estratégico, estamos hablando de dónde queremos ir, cuál es la visión, el posicionamiento, cómo queremos que nos vean, cuál es la imagen que deseamos para el futuro. Posicionamiento es una de las cosas que más valor le da a una empresa. No es una cuestión sólo del área de marketing, es de toda la empresa tomar conciencia de su verdadero posicionamiento.

Y la estrategia ¿qué es? Es una apuesta para lograr establecer los sueños que tenemos con el posicionamiento que queremos. Podemos tener una visión muy soñadora, pero si no tenemos habilidades para desarrollarla, no la vamos a lograr nunca. Entonces, hay que lograr habilidades, trabajar para concretar esa visión, y potenciar lo que tenemos.

¿Cuál es la habilidad esencial de McDonald's?: la de entrenar gente. En una empresa donde tienen altísima rotación, no tienen problemas para abrir rápidamente locales.

¿Cuál era la habilidad esencial de Haynd?: innovar pensando en el gusto de la gente, divertir a los clientes, tener una visión positiva del futuro. Y es así que le fue muy bien económicamente, buscando espacios nuevos, rompiendo los paradigmas tradicionales.

Ejemplo de habilidad en empresaria

Un ejemplo de habilidad en nuestros días, lo llevó a cabo en los EE.UU. la cadena de cafeterías Starbucks, trabajando la diferenciación. Antes de su aparición en el mercado yanqui, en ese país había un monopolio de tres empresas que dominaban el negocio, y en donde había muy pocas variedades de café y formas de prepararlo. Los de Starbucks entraron y rompieron las costumbres ofreciendo muchas variedades y distintas formas de presentación. Y además, se atrevieron a cobrarlos más caros, el doble, que toda su competencia. Se necesitó coraje para apostar a algo desconocido, que iba a hacerle cambiar los hábitos al cliente y que quizás no le iba a gustar. Se necesitó también mucha imaginación para crear algo distinto, poniéndole pasión, fuerza. Si uno hace una apuesta descubriendo el futuro en vez de repetir el pasado, tiene grandes chances de triunfar.

La visión "non locality"

Hoy, tal vez como nunca antes, hay que ver las cosas como un tejido, nunca sueltas. "Non locality", es el punto de vista de la física cuántica, en donde las partes aunque parezcan separadas, están juntas, tal como en una empresa los proveedores y los clientes, por ejemplo, aunque parezcan separados,

(sigue en página 18)

ACRÍLICOS ANBYN

Av. Mosconi 2654 - Capital
4573.3123
www.acrilicosanbyn.com.ar

ACRÍLICO

Planchas - Barras - Tubos

POLICARBONATO

Alveolar y Compacto

ALTO IMPACTO

PVC Espumado - PET

TRABAJOS ESPECIALES

Corte (laser) - Pulido - Routedo
Plegado - Termoformado
Fabricación de piezas s/ plano

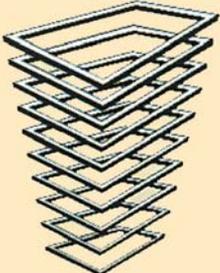
CARTELERÍA

Grabado - Serigrafía






HABILITACIONES



ESTUDIO TECNICO DE CONSTRUCCIONES

GUILLERMO OTERO - Arq. SOUTO
HABILITACIONES MUNICIPALES
ASESORAMIENTO MUNICIPAL
GRATUITO
PARA SOCIOS DE CAIL

YERBAL 969 P. 3° "H" CAPITAL
TEL.: 4432-4848
TELEFAX: 4433-1124
OTEROSOUTO@CIUDAD.COM.AR



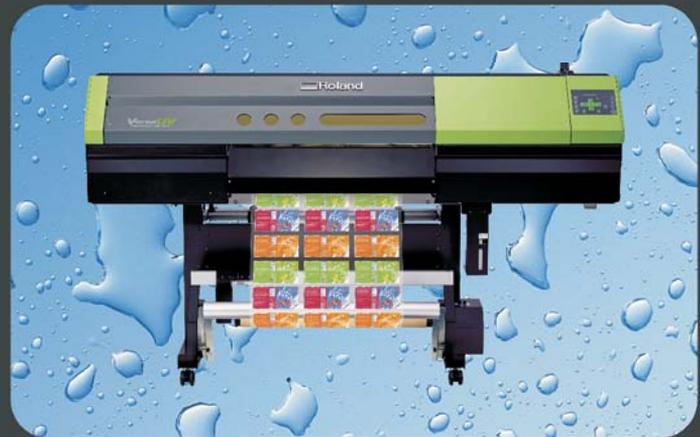
Gráfica Digital
Equipos Insumos Servicio técnico

DISTRIBUIDOR OFICIAL
Roland

UNA MARCA LIDER CON UN EQUIPO PARA CADA NECESIDAD

Ver el Color Versa ART RS Series

Sentir el Color Versa UV LEC-300



Nueva impresora, Versa Art. Inigualable Rendimiento al mejor valor.

Conoce la Versa UV LEC-300. La primera impresora cortadora del mundo.

Para crear imágenes con una calidad sin precedentes, combina el diseño compacto y la facilidad de uso de la famosa VersaCamm con tecnología de la premiada línea Roland PRO III. Incluye INTELLIGENT PASS CONTROL, tecnología desarrollada por Roland que prácticamente elimina el banding, aún en modos de alta velocidad



Para obtener lo mejor de todo en un económico equipo. Disponible en dos tamaños, 137cm. y 162 cm., el VersaArt es la herramienta ideal para gráficos interiores y exteriores.

Tinta de secado UV por LEDS de estado sólido. Imprime CMYK, mas blanco, mas barniz, mas corte, lo que le da una versatilidad inigualable. Con el barniz se pueden realizar acabados ultra brillantes en sectores o increíbles efectos de relieve, con dicho efecto imita el cuero, piel de cocodrilo y hasta se puede escribir braille. Capaz de imprimir la mas alta gama de sustratos la LEC-300 es ideal para trabajos con cualquier forma, tamaño o textura.



Palabras de Haydn y de Beethoven

Sobre la visión y la estrategia: “El arte debe ser libre, no estar limitado por críticas.

El oído es un miembro que está educado, sabe apreciar lo que le llega. Y al final, el corazón decidirá. Seré competente para fijar nuevas reglas, pero con el permiso del público, de la gente”. Tal lo expresado por Joseph Haydn.

Sobre la visión y el trabajo para lograr concretarla: “Cuando estoy componiendo, siempre tengo una imagen en mi mente, y voy siguiendo sus líneas hasta terminar la obra”. Estas fueron palabras pronunciadas por Ludwig van Beethoven.



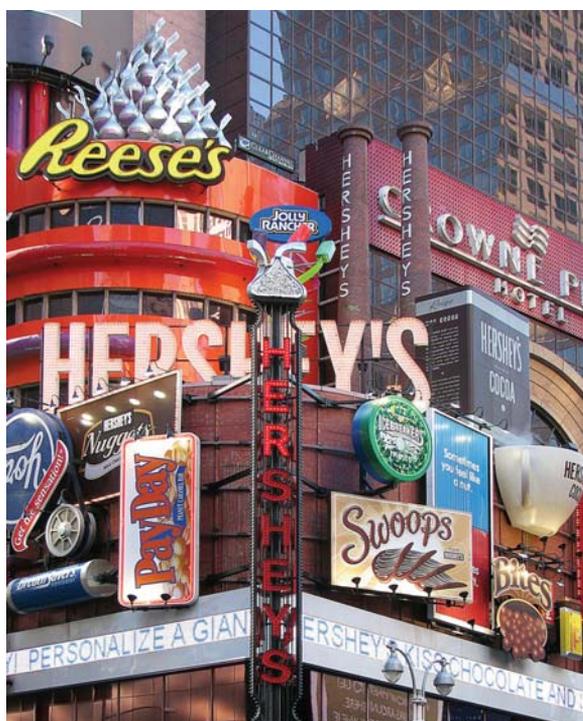
Beethoven, estatua en Bonn, Alemania.

también están muy juntos. Se le deben dar más importancia a las relaciones, armar redes de la empresa uniéndose con proveedores, clientes, y también con las comunidades de consumidores, que cada vez son más importantes. Veamos si no, el negocio de los vinos de alta gama, que se desarrolló fuerte a través de afinidades de clientes, generándose fanatismo por las catas. Lo mismo está ocurriendo con el té. Cuanto más interactuamos con todos los sectores vinculados a nuestro negocio, más valor generamos. Uno empieza a entender mejor a toda esa gente, como la que gusta del vino, o de la música. Inclusive usando los foros virtuales por internet. Al editarse un CD con una versión de la sexta sinfonía de Mahler, éste fue muy criticado en los foros de internet. Pues bien, entró el director respondiendo las críticas, tanto buenas como malas, y todo eso armó un revuelo que terminó que ese disco fuese siendo el más vendido de la temporada. O un fabricante de maquinaria agrícola que saca al mercado un producto que tiene fallas. Si no ofrece el servicio adecuado, se provoca el efecto mariposa y nadie lo compra. Pero si la empresa interviene, justifica el problema y hace los cambios, convierte lo negativo en positivo.

Estrategias evolutivas y disruptivas

Al diferenciarse de la manera de componer de Bach, Haydn al principio utilizó una estrategia disruptiva, pero con el paso de los años, y a pesar de los cambios bastante constantes, su estrategia se transformó en evolutiva, sin interrupciones muy fuertes que sí veremos en Beethoven, su alumno. La estrategia disruptiva, debe tener suficiente poder como para cambiar las expectativas del cliente, y para cambiar las estructuras del sector industrial y comercial. Para que la competencia sea diferente. Y esto implica en muchos casos, correr riesgos a causa de esa apuesta. Se gana cuando se logra modificar los patrones de consumo de los clientes, que entienden y disfrutan lo nuevo; empieza otro juego y el juego anterior queda obsoleto. En el caso de Beethoven, sus primeras dos sinfonías no se diferenciaban casi en nada del estilo Haydn, del estilo tradicional. Pero en 1804 al encarar la tercera, la Heroica, provoca una disrupción muy sonora. Es muy larga, de unos 55 minutos, casi el doble de cualquier otra. Además, en vez de tener el primer movimiento un tema, una transición, y otro tema, él plantea un tema, tres transiciones, otro tema y luego vuelve al primero. Pero sobre todo, plantea por primera vez disonancias fuertes, que estaban prohibidas, además de cambios de ritmos y muchas sorpresas permanentemente. ¿Qué sucedió? Fue un fracaso, porque era muy larga, porque los sonidos no eran agradables para los oídos de ese momento, y porque era una obra muy compleja para entender. Beethoven vivía de las ejecuciones de sus obras, ... y como no se ejecutaban ... En la cuarta sinfonía, para evitar otro fracaso da marcha atrás, apuesta a una estructura tradicional, clásica, segura, de sólo media hora de duración, y hace algo insólito:

(sigue en página 20)



Frentes de comercios en la Ciudad de Nueva York, son sólo un pintoresco ejemplo.

El posicionamiento es una de las cosas que más valor da a una empresa. No es cuestión sólo de marketing, es de toda la empresa tomar conciencia de su posicionamiento.



MUTOH

Impresora Plana VJ-1608HA



Es la perfecta solución para su negocio. Una impresora pensada para imprimir materiales rígidos y flexibles, hasta 1 cm. de espesor. Acrílicos, PVC Espumado, Cartón, Maderas, etc. La utilización de tintas ambientalmente amigables le permiten trabajar con comodidad y sin olor.

Impresoras ValueJet



Las impresoras ValueJet son equipos rápidos, de alto desempeño y una calidad de impresión insuperable gracias a la tecnología patentada antibanding i². Todos los equipos poseen sistema de tinta continuo, que brinda mayor comodidad y un menor costo x m². Facilidad de uso y bajo mantenimiento. Los equipos están disponibles en anchos de :1.20 , 1.37 , 1.60 , 2.60 mts. Todos los equipos incluyen enrollador de material y software de RIP en español.



¿Que es la tecnología i²?

Todas las impresoras ValueJet incorporan la tecnología de impresión "Intelligent Interweaving" que incrementa las velocidades de impresión con una calidad de imagen insuperable. Utilizando cabezales de impresión de 3,5 picolitros y punto variable, los usuarios tienen la ventaja en la precisión y la consistencia del tamaño de la gota. Esta tecnología no solo permite todo esto sino que también brinda una mayor exactitud en el disparo durante la impresión, lo que mejora la calidad de imagen incrementando la ganancia del punto para una mejor calidad en perfilarción.

Equipos De Sublimación



La más alta calidad de impresión, para telas e indumentaria. Tecnología antibanding i²
Ancho: 1.06 mts.
El proceso de transferencia es rápido y fácil, es posible transferir una infinidad de materiales que contengan polyester: Banderas, Banners, Remeras, Cortinas, Alfombras, etc.

Lo Invitamos a Ver Los Equipos En Nuestro Salón de Ventas

como necesitaba urgente dinero para vivir, se la alquila por seis meses a un conde para su uso particular. Pero luego de esta experiencia, beneficiosa a nivel económico, encara en forma simultánea la composición de la quinta y la sexta, que son dos polos opuestos: la primera con alta tensión dramática y la otra más relajada.

Al escribirlas, apostó a nuevas reglas del juego, con cambios, pero ahora entendiendo al cliente. Ya no podía fracasar más. En la quinta sinfonía, realmente paradigmática, no puso disonancias, sólo dura unos 35 minutos, no puso muchas transiciones porque a la gente no le gustaban. Pero, fue la primera vez que una sinfonía incorporó tres nuevos instrumentos como los trombones, pícolo y contrafagot y, sobre todo, la primera que se integró con un mismo tema en todos sus movimientos. Beethoven se anticipó un siglo y medio al descubrimiento de los fractales, que aparecieron con la teoría física del caos hacia 1960. Si uno observa la partitura de la quinta sinfonía, parece todo un fractal puesto de diferentes formas: es una obra densa como ninguna, hecha como de una sola pieza, que obedece a una única idea. Tiene una coherencia y una intensidad dramática incomparables. Este creador dio un salto de juego fuerte, el cliente lo aceptó y tuvo un éxito rotundo, y hasta hoy es la sinfonía más ejecutada y la que la gente más conoce.

Ese efecto fractal es como el efecto impulsor de posicionamiento en una empresa, eso que uno repite y repite, como “el precio más bajo” y queda grabado como efecto gota a gota. En la quinta de Beethoven la gente salía del teatro cantando la melodía; a partir de ahí se rompió la noción clásica de sinfonía y todo el mundo trató de copiarla, ya que componer al estilo de Haydn o Mozart resultaba anticuado.

El quantum potencia

Cuando a fines de 2005 Roberto Serra finalizó su seminario concierto, durante el cual fue alternando distintos movimientos de obras de Bach, Haydn y Beethoven, que venían al caso de lo que estaba explicando, hace referencia al potencial cuántico que puede encontrar cualquier empresario si trabaja con el concepto “non locality”, de permanente interacción con todos los sectores vinculados con su negocio. Llama a crear redes y estrategias con la misma gente que integran esas redes, por ejemplo, proveedores, distribuidores, etcétera. Ello le permitirá encontrar soluciones novedosas que aparecerán en cualquier lugar de esa red. Obtendrá un potencial para encontrar cosas nuevas, viables y exitosas, que antes parecían imposibles. Hacer un salto de juego y romper reglas entendiendo al cliente. Es lo que se impone en una empresa si aspira a un futuro. ■

ACRÍLICOS ANBYN

Av. Mosconi 2654 - Capital
4573.3123
www.acrilicosanbyn.com.ar



ACRÍLICO

Planchas - Barras - Tubos

POLICARBONATO

Alveolar y Compacto

ALTO IMPACTO

PVC Espumado - PET

TRABAJOS ESPECIALES

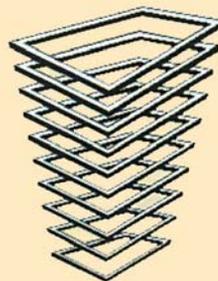
Corte (laser) - Pulido - Routedo
Plegado - Termoformado
Fabricación de piezas s/ plano

CARTELERÍA

Grabado - Serigrafía



HABILITACIONES



ESTUDIO TECNICO DE CONSTRUCCIONES

GUILLERMO OTERO - Arq. SOUTO
HABILITACIONES MUNICIPALES
ASESORAMIENTO MUNICIPAL
GRATUITO
PARA SOCIOS DE CAIL

YERBAL 969 P. 3° “H” CAPITAL
TEL.: 4432-4848
TELEFAX: 4433-1124
OTEROSOUTO@CIUDAD.COM.AR