150 años Bagley

UNA HISTORIA DE MARCAS IMBORRABLES

ÍNDICE

Introducción. Celebrar la constancia 09

Prólogo. Bagley y la segunda fundación de la Patria, por Daniel Balmaceda 10

CAPÍTULO 1 (1864-1873)

La influencia de un pionero **14**
La Nochebuena 18
Nombre mítico 20
Un valioso barril 21
Inquieto y tenaz 22
El primer energizante 25
El aperitivo de la cultura popular 26
Los argentinos y Bagley. Una marca que perdura, por Luis Landriscina 28

CAPÍTULO 2 (1874-1883)

El nacimiento de la galletita, una revolución industrial **30**
A más de una década 34
La trascendencia de la idea 36
No quiere más Lola 38
La primera marca registrada 39
Con la administración 40
Distribución a sangre 42
Se agranda la familia 42
Los argentinos y Bagley. Las Sonrisas de ser grande, por Alejandro Wiebe (Marley) 44

CAPÍTULO 3 (1884-1893)

A la espera del nuevo siglo **46**
La primera presidencia 50
Palabras al frente 53
El despegue de la industria 54
Estar en línea 55
Allí se construyeron 56
Los argentinos y Bagley. Travesura de almacén, por Milo Lockett 58

CAPÍTULO 4 (1894-1903)

Siempre en busca del progreso **60**
Con el siglo XIX 64
Industrias en ascenso 66
Nuevo siglo, nueva sociedad 66

Para avanzar 68

Bartolomé, un fiel cliente 71

Los argentinos y Bagley. Un trueque justo, por Carlitos Balá 72

CON LA CAMISETA PUESTA

Adriana Russo, siempre dispuesta a aprender 74

CAPÍTULO 5 (1904-1913)

La década de la expansión **78**

Mientras la cadena 82

Sobre rieles I 84

Sobre rieles II 85

El nuevo producto 88

Una economía integrada al mundo 91

Progreso edilicio 91

Los argentinos y Bagley. Entre la danza y la vida, siempre galletitas, por Eleonora Cassano 92

CAPÍTULO 6 (1914-1923)

Innovar para avanzar **94**

No eran años fáciles 98

Un presidente activo 100

Pese al contexto mundial 102

Industria en alza 103

Los argentinos y Bagley. Alimentos de una vida y un país, por Juan Carr 104

CON LA CAMISETA PUESTA

Horacio Cavallero, compañero de emociones 106

CAPÍTULO 7 (1924-1933)

Variar para crecer **110**

A mediados 114

Pionera en beneficios 117

Utilísima 117

Mayor demanda de conservas 118

El creciemiento sostenido 119

Los argentinos y Bagley. El rescate de lo auténtico, por Agustín Pichot 120

CAPÍTULO 8 (1934-1943)

Visión de largo plazo **122**

Pese a las consecuencias 126

La permanente búsqueda 130

La primera gelatina 132

CON LA CAMISETA PUESTA

Horacio Cuiule, la pasión al servicio de la calidad 134

CAPÍTULO 9 (1944-1953)

Criollitas: nace un símbolo argentino **138**

La fuerte industrialización 142

Secretos que la hacen única 145

Mientras sucedía 146

Un hombre que dejó huella 149

Los argentinos y Bagley. Una publicidad inolvidable, por Roberto Antier 150

CAPÍTULO 10 (1954-1963)

El despegue técnico **152**

Luego de la demolición 156

Señora Bagley 158

Escuelas de visita 159

Las cifras eran elocuentes 160

Bagley para siempre 162

Los argentinos y Bagley. El ritual de las Rumba, por Guillermo Francella 164

CON LA CAMISETA PUESTA

Fernando de Rezendes, entre la técnica y el sentimiento 166

CAPÍTULO 11 (1964-1973)

Un legado que cumple 100 años **170**

En 1964, los festejos 174

Ventas federales 176

Centenario en crecimiento 176

La década del '60 179

Ahora, golosinas 180

Los argentinos y Bagley. Un derecho y un debate, por Sebastián Wainraich 184

CAPÍTULO 12 (1974-1983)

Una nueva planta, los sueños de siempre **186**

El sostenido crecimiento 190

Fundación de Mercedes, en números 193

Así comenzó 194

Una empresa creativa I 196

Una empresa creativa II 197

Los argentinos y Bagley. Mi chocotorta, por Maru Botana 198

CON LA CAMISETA PUESTA

Karina Daniel: mi primer trabajo 200

CAPÍTULO 13 (1984-1993)

A la conquista del kiosco **204**

Mientras la chocotorta 208

Bañados en chocolate 210

Una marca que sigue emocionando 211

En 1984 214

Canción popular 217

Los argentinos y Bagley. ¡Me faltan dos Tubby!, por Juan Gujis 218

CAPÍTULO 14 (1994-2003)

Vientos de cambio **220**

A mediados 224

Plantas con historia I 226

Un clásico que no deja de innovar 227

En 1997 228

Plantas con historia II 231

CAPÍTULO 15 (2004-2013)

Marcas de un nuevo milenio **232**

En enero de 2005 236

Calidad certificada 238

La innovación 240

Otra etiqueta emblemática 242

Otro ícono 245

Final **247**

CELEBRAR LA CONSTANCIA

Son muchos los motivos para celebrar. Son muchas las razones que confluyeron para generar este registro único de un momento también único. No todos los días se cumplen 150 años de vida. Porque aunque el trabajo, el compromiso, la innovación y la calidad se mantengan inalterables sin importar de qué día se trate, la arbitrariedad del calendario ayuda a tomarse un respiro, mirar para atrás e inflar el pecho de orgullo.

Hace 150 años, cuando Melville Sewell Bagley inició su sueño de emprendedor con Hesperidina, el país todavía construía sus deseos de convertirse en una nación. El esfuerzo de muchos hombres como él fue lo que transformó ese objetivo en realidad y también lo que convirtió a esta empresa en una compañía permanente en la vida cotidiana de los argentinos.

Eso motiva este libro. Celebrar la historia de una empresa de galletitas que ha dejado marcas imborrables en los argentinos. Una relación que trascendió varias generaciones, atravesó infinidad de adversidades y que ha sobrevivido a partir del esfuerzo constante de unos y otros.

De un lado, todos los hombres y mujeres que trabajaron duro para que Bagley sea una empresa líder; del otro (del mismo lado, en realidad), un mundo de consumidores que valoran y disfrutan los productos de primera calidad.

Eso motiva este libro. Celebrar la constancia.

PRÓLOGO

BAGLEY Y LA SEGUNDA FUNDACIÓN DE LA PATRIA

POR DANIEL BALMACEDA
Historiador y escritor.

Hace poco tiempo festejamos los 200 años de la Patria. Todo había comenzado en la célebre Semana de Mayo de 1810. Sin embargo, una recorrida por aquella primera época nos obliga a establecer un segundo punto de partida: el año 1860. Porque los primeros cincuenta años presentaron todo tipo de matices y una vida institucional muy desordenada. En ese primer período de nuestra historia, se organizó la administración, se declaró la independencia del territorio, se dedicaron vidas, esfuerzos y capacidades a la resolución de la Guerra de la Independencia y se hizo necesario encauzar las distintas vertientes y la convulsión política hacia un sendero común. Pero faltaba mucho.

Los primeros cincuenta años de la Patria fueron muy agitados. Ni siquiera la Constitución de 1853 encontró al país integrado. Por eso, la unión de Buenos Aires con el resto de las provincias, en 1860, es tomado como punto de partida de la consolidación nacional.

Cuando Melville Sewell Bagley llegó a nuestro país en 1862, pudo percibir de qué manera Buenos Aires se comprometía con el desarrollo. La ciudad ya contaba con ferrocarril, una activa Bolsa de Comercio, un sistema moderno de correo, un plan de pavimentación de las calles y otro de cloacas a cargo del ingeniero Coghlan. Asimismo, se iniciaba el desplazamiento de la población que hasta entonces vivía muy cerca del centro. La evolución del transporte les permitió instalarse en lugares más alejados de su trabajo. Esto hizo que también la iluminación –a gas– avanzara hacia los barrios. Ese fue el panorama prometedor que encontró Melville Bagley cuando llegó al país. Y no fue el único que lo vio así. En ese tiempo, muchos emprendedores arribaron a nuestras costas, confiados en que serían terreno fértil para sus esfuerzos. El tiempo les daría la razón. Los visionarios de aquella época sentaron las bases de la industria que alimentó la economía local y el mercado laboral.

A su llegada, Bagley tomó contacto con los hermanos Demarchi, dueños de la Droguería de la Estrella, antecesora de la Farmacia La Estrella, una de las más clásicas de la ciudad. Antonio, uno de los tres hermanos, fue el dueño de los terrenos de La Boca que llevarían su nombre: Isla Demarchi. Junto con ellos, Bagley estableció una casa de pastas y licores, toda una novedad para su tiempo. El sentido de la oportunidad fue uno de los talentos de este pionero que, al fundar la compañía, tenía

26 años. Se adaptó con maestría a los cambios que proponía una nación en desarrollo. Contagió con su espíritu a la empresa y actuó en sintonía con el estilo de los hombres que guiaban el destino de la Argentina. Allí estaban Mitre, Rawson, Alsina, Sarmiento, Avellaneda, y tantos otros, persiguiendo un objetivo: que sus acciones trascendieran el tiempo que les tocaba vivir. Bagley interpretó las políticas administrativas y esa cualidad fue la que le posibilitó marcar la huella en el sendero de la innovación.

El lanzamiento de la mágica Hesperidina, el primer producto de la compañía, daría mucho que hablar. Por la singularidad de la bebida, por la novedad que generó la inteligente campaña publicitaria –la primera de nuestra historia– y porque el fundador supo defender de los imitadores a su licor, elaborado con cáscaras de naranjas amargas que evocaba el néctar que tomaba Hércules. Bagley ganó un juicio contra una firma de Uruguay que quiso copiar la Hesperidina, mandó a hacer las etiquetas en los Estados Unidos, a prueba de falsificadores, y fue el promotor de la Oficina de Patentes y Marcas de la Argentina, creada en 1876. Nuestro país fue el séptimo en el mundo en contar con un registro de marcas. ¿Cuáles fueron las primeras que se anotaron? El primer registro le correspondió a Hesperidina de Bagley. Luego, al cognac Martell. La tercera concesión fue a la botella de dicho cognac. La cuarta correspondió a la marca Pescado, para artículos de cuchillería y ferretería. Desde el 21 de septiembre, fecha del primer registro, hasta fin de año, fueron dieciséis las anotaciones en el flamante libro. De allí en más, miles y miles de marcas fueron registradas para proteger al dueño del producto original de los ventajeros.

El mercado de consumidores crecía a pasos agigantados. En 1874, llegaron 68.300 inmigrantes al puerto de Buenos Aires. Otros 42.000 al año siguiente. Unos 32.000 en 1876 y otros 36.300 en el ‘77, año en que la población superó el número de 300.000 vecinos. El impulso dado por los emprendedores en un escenario auspicioso estaba dando frutos. Bagley nunca había pretendido estacionarse en el mundo de los licores. En 1875, lanzó sus primeras galletitas: Lola. El nivel de popularidad que alcanzó esta marca fue tan alto, que muchas firmas actuales envidiarían el éxito de Lola. De inmediato, surgió la mermelada de naranja, hecha con la pulpa de las naranjas que se usaban para la Hesperidina.

Si el brebaje pronto viajó al norte (fue algo así como la bebida oficial de las tropas argentinas que participaron en la Guerra de la Triple Alianza, entre 1866 y 1868), la Hesperidina y las galletitas

conocieron el sur del país en 1876, cuando el perito Francisco Moreno (en realidad, perito fue después, pero así lo conocemos todos) llevó cantidades para convidar a los tehuelches.

Una vez más, la mano de Melville Bagley impulsó los productos. Porque creó un eslogan ("Las 3 cosas buenas de Bagley"), en tiempos en que la publicidad era muy básica. Se refería a la bebida, las galletitas y la mermelada. Pero más allá del sostenimiento publicitario, los productos lograron aceptación en el público y se metieron en la vida cotidiana de los argentinos. Para entender lo que significó Lola para nuestros abuelos, hay una anécdota interesante. Las Lola se repartían en los hospitales y eran parte de la dieta que los médicos recomendaban para los pacientes. Por eso, cuando la muerte arrebataba a algún internado, el eufemismo que se repetía era: "Fulano no quiere más Lola". Hoy seguimos usando la frase con un sentido más amplio.

La Argentina de 1880 se asemejaba a una plataforma de despegue. Todo parecía encaminado. El desafío de los argentinos era crecer cada vez más. Ese año murió el fundador de la compañía. Con sólo 42 años, Melville Bagley dejaba una empresa en funcionamiento. Su impronta permanecería por siempre. Durante la segunda presidencia de Julio Argentino Roca, apenas veinte años después de la muerte del pionero, la fábrica se encontraba instalada en Montes de Oca al 100 y producía seis mil kilos diarios de galletitas. A esa altura, ya había aprendido a campear los vaivenes políticos y económicos que sacudían a la Argentina. Siempre un paso adelante, en tecnología, *packaging* o marketing. Cuando las mujeres obtuvieron el derecho de voto en la década del '50, ya venían eligiendo las galletitas Bagley hacía décadas. Algunas marcas muy clásicas jamás escaparán de nuestra memoria, como las Criollitas, las Chocolinas, las Rumba, las Amor, las Merengadas o las Ópera. Pero otras generaciones de argentinos conocieron las galletitas Mitre o las Bu-Bu, por ejemplo. O las tortas Familia, Guinda, Génova y Valencia, envasadas en latas herméticas.

Bagley nació en nuestro país en 1864, cuando aún no había un solo automóvil. Recién ese año llegaría el primer globo aerostático. No existía la Avenida de Mayo ni la iluminación eléctrica. Y todavía no se había creado la genial Marcha de San Lorenzo.

Ya lleva 150 años entre nosotros. Su historia marchó en paralelo de la historia institucional del país, de la de nuestros antepasados y, seguramente, formará parte de la vida cotidiana de muchas generaciones de argentinos.

CAPÍTULO 1

1864-1873

1864

LA INFLUENCIA DE UN PIONERO 1873

LA NOCHEBUENA

de 1864 no fue una más para los pobladores de Buenos Aires. Sin saberlo, un puñado de los 140.000 habitantes que forjaban el destino de este puerto sobre suelos de piedra y tierra se convertían en privilegiados testigos del nacimiento de una empresa clave para la industria argentina.

Una rica historia estaba por comenzar.

Un anuncio, de formato vertical, publicado en el periódico *La Tribuna* el 24 de diciembre 1864, terminaba con la intriga que había sorprendido a los porteños que, desde octubre de ese año, habían observado la extraña palabra pintada en

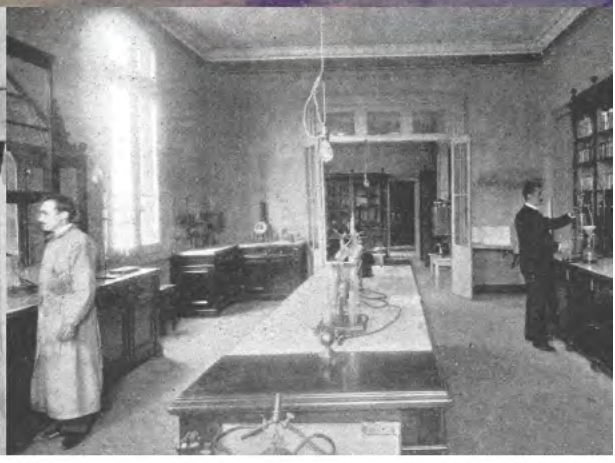
empedrados y paredes de la ciudad: Hesperidina. La develación de lo que sería la primera campaña incógnita de la historia de la publicidad argentina significó la salida al mercado del primer producto de estos fructíferos 150 años. Embotellada en un envase espigado, una bebida alcohólica se presentaba como un aperitivo con propiedades curativas, un "bitter estomacal de corteza de naranjas amargas", "un licor exquisito de mesa para disponer el apetito y facillitar la digestión de los alimentos", tal como rezaba la etiqueta. >

NOMBRE MÍTICO

El nombre de Hesperidina proviene de la mitología griega y refiere al Jardín de las Hespérides, posible mitificación antigua de las Islas Canarias, lugar donde los griegos podían visualizar manzanas doradas mientras navegaban sus costas. Esas manzanas, custodiadas por Hespérides, serían las naranjas que, acorde al mito, sólo Hércules pudo llevar a lo que actualmente es territorio europeo.

UN VALIOSO BARRIL

A partir de 1866, Hesperidina se comenzó a comercializar a través de su ya tradicional botella con forma de barril, fabricada en la Cristalería Rigolleau por hábiles obreros sopladores de vidrio, que lograban las rayas y también el nombre de la bebida grabado, ya que el "barril" inicialmente no llevaba etiqueta. Aún así, precavido como pocos para evitar su falsificación, desde 1867 Melville S. Bagley encargó la realización de la etiqueta a la American Bank Note Company, de Nueva York, firma norteamericana especializada en la impresión de billetes.



EL ORIGEN. La casona de Bernal donde Melville S. Bagley se inspiró para crear Hesperidina, el bitter que se empezó a comercializar en la droguería La Estrella, en Defensa y Alsina, San Telmo.

> INQUIETO Y TENAZ,

Bagley comenzó a planificar su propia revolución industrial. Las naranjas que crecían en el jardín de su casona en Bernal se convirtieron en el ingrediente perfecto para el brebaje que tenía en mente y sacudir un mercado de bebidas alcohólicas que hasta ese entonces sólo ofrecía grapas y ginebras.

La popularidad de Hesperidina –incluso entre las mujeres, gracias a su baja graduación alcohólica–, resulta el primer gran éxito de una compañía que, como en toda su historia, sería protagonista del proceso de industrialización.

Detrás del líquido que fue demandado masivamente en los locales que aparecían como puntos de venta en el mismo aviso gráfico se gestaba la historia de Melville Sewell Bagley, un empren-

EN CAMPAÑA. La Hesperidina siempre tuvo una activa difusión publicitaria. Aquí, dos gráficas: una publicada en la revista La Familia (1878) y la otra en El Suplemento Semanal (1924).

dedor que, con apenas 24 años, había llegado en 1862 a Buenos Aires para escapar de los desastres de la Guerra de Secesión, que se había iniciado el mismo año en los Estados Unidos.

Nacido el 10 de julio de 1838, Melville S. Bagley desembarcó en la ciudad sólo con algunos trabajos como granjero sobre los hombros, una experiencia que poco podría servirle en este pujante país que miraba hacia el río. Sin embargo, su espíritu aventurero no lo detuvo. Fue así que pudo emplearse en la droguería La Estrella, propiedad de la firma A. Demarchi y Hnos. e integrada por Antonio, Marcos y Demetrio Demarchi que aún sobrevive en la esquina de Defensa y Alsina, en el actual barrio de San Telmo. •

HESPERIDINA BAGLEY

FABRICADA DESDE 1864

EL GRAN APERITIVO NACIONAL

No es que tema por él, a quien ama. Sabe que es fuerte, vigoroso y lleno de salud. Es que contempla al hombre sano y valiente.

En iguales condiciones que ese hombre lo estará Vd. si antes de cada comida toma una copa de

HESPERIDINA BAGLEY

EL PRIMER ENERGIZANTE

Las propiedades terapéuticas de Hesperidina fueron aprovechadas en grandes acontecimientos.

Durante la Guerra de la Triple Alianza (1864-1870) la bebida estuvo presente en los hospitales de campaña para "revitalizar a los heridos" y contrarrestar problemas estomacales originados principalmente por la falta de agua potable.

También se pudo probar la presencia de Hesperidina en las crudas expediciones que el prestigioso explorador y científico naturalista argentino Francisco Pascasio Moreno realizaba a través de la entonces inhóspita Patagonia. La compañía del licor era fundamental para atenuar y soportar las inclemencias del clima.

Las hazañas deportivas también se gestaron con la ayuda de Hesperidina. En diciembre de 1923, Lilian Harrison tardó 24 horas y 19 minutos para unir los 48 kilómetros que separan a Buenos Aires de Colonia, convirtiéndose en la primera mujer en cruzar el Río de la Plata a nado. Tal como se retrata en un aviso de la época, el primer producto pensado por Bagley se bebió durante los festejos.

EL APERITIVO DE LA CULTURA POPULAR

La popularidad de Hesperidina posicionó a la marca en la mente de todos los argentinos y, por esa razón, también fue protagonista de diferentes expresiones del arte y la cultura.

En 1915, Juan Nirvassed compuso el tango "Hesperidina. Tango de moda", un género que aporta otro dato que lo vincula a la historia de la compañía: el célebre Roberto Goyeneche, siempre tenía a mano una copita de Hesperidina. Bastaba con pasar por la barra del bar La Sirena, en su barrio de Saavedra, para ver al Polaco degustando el aperitivo.

También el célebre artista Florencio Molina Campos reflejó con sus témperas la popularidad de la bebida entre los argentinos: en "Empilchándose", el almanaque de 1935 que realizó para Alpargatas, puede verse la botella en una de las típicas pulperías que pintaba el autor.

La literatura también fue caja de resonancia de la marca. Nada menos que Julio Cortázar cita a Hesperidina en los cuentos "Circe" y "Casa Tomada", incluidos en Bestiario, y "Tía en apuros", editado dentro de Historia de Cronopios y de Famas. También aparece en una escena de la película Mentiras piadosas, ópera prima de Diego Sabanés, justamente basada en otro texto de Cortázar, "La salud de los enfermos".

LA VERDADERA HESPERIDINA BAGLEY
BITTER ESTOMACAL
EL MUNDO
HESPERIDINA
M.S. BAGLEY

LOS ARGENTINOS
Y BAGLEY

LUIS LANDRISCINA*

** humorista.*

UNA MARCA QUE PERDURA

"Mi edad alcanza para recordar nada más que la mitad de esta empresa con tanta historia en el gusto de los argentinos, pero no se trata de memorizar productos que elegíamos cuando éramos niños y nos colgábamos del mostrador para que el almacenero nos vendiera las Ópera o las Rumba o tantas otras maravillas de Bagley, que nos siguieron acompañando de adolescentes, y ahora de adultos y ya mayores. Hay cosas que nos enlazan nostálgicamente con lo que consumían los padres, los tíos, los abuelos y los vecinos en la época de nuestra niñez. Recuerdo, por ejemplo, un regalo muy esperado por las mujeres 'en edad de merecer': las famosas Tentaciones de Bagley, que venían en unas cajas finamente presentadas que, una vez vacías, las jovencitas atesoraban para guardar esquelas de amor de algún pretendiente, o enseres de los bordados que en esos tiempos era casi obligación que una joven supiera coser, tejer o zurcir. Otro producto 'para los grandes' era la famosa Hesperidina, con un envase que se distinguía y todavía se distingue por su originalidad y que siempre tenía su espacio en algún lugar especial de la casa. Pero en tren de asociar a Bagley con el lugar al que uno siempre quisiera volver, que es la infancia, recuerdo las latas cuadradas con un vidrio redondo al frente que permitía ver el producto sin tener que abrir el envase y que contaba con una tapa redonda que cerraba herméticamente, razón por la cual eran muy codiciadas por las amas de casa, que siempre se las ingeniaban para conseguir alguna con la complicidad del almacenero y con un destino que todavía perdura en alguna alacena, para guardar el pan o cualquier mercadería que no quisiéramos que se humedezca. Y es que a pesar de los años, las latas de Bagley siguen siendo herméticas. Mire si tendrá que ver con nuestras vidas que aunque pasen los años, la grata marca Bagley nos está mirando desde algún envase que guardamos celosa y cariñosamente en cualquier rincón de la casa. Por todo el tiempo que de distintas maneras pasamos juntos, brindo por ustedes y les deseo cumplir muchos años más... QUE ASÍ SEA".

CAPÍTULO 2

1874-1883

1874

EL NACIMIENTO DE LA GALLETITA, UNA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

1883

EN ASCENSO. El éxito de Hesperidina, siempre apuntalado por nuevas campañas publicitarias, fue la primera causa del crecimiento del plantel de empleados de Bagley.

A MÁS DE UNA DÉCADA

de su fundación, la influencia de Casa Bagley sobre la floreciente industria nacional había convertido a Melville S. Bagley en un emprendedor clave para el futuro de la ciudad de Buenos Aires y, progresivamente, para el resto de la nación.

Lejos de descansar sobre el éxito de Hesperidina, el empresario dio el puntapié inicial al negocio que se convertiría en la razón de ser de la compañía y que sería una verdadera revolución industrial para el mercado alimenticio de consumo masivo: la fabricación de galletitas. >

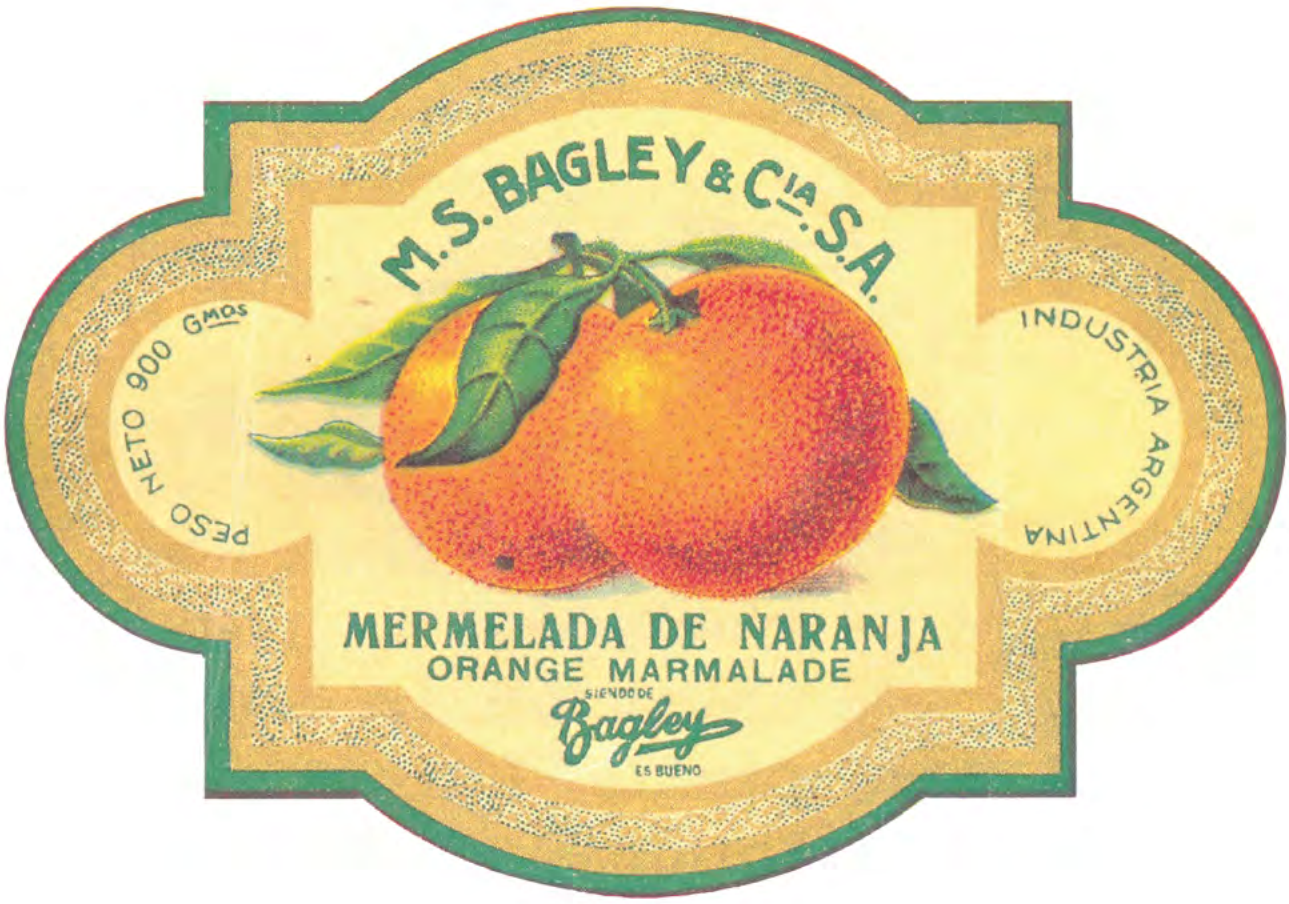
VARIEDAD
VARIEDAD
VARIEDAD

LA TRASCENDENCIA DE LA IDEA

que Bagley quería poner en marcha podía palparse en las alacenas de cualquier casa de la ciudad, donde todas las galletitas que se atesoraban llegaban del otro lado del Atlántico, más precisamente del Reino Unido.

La dimensión del proyecto llamó la atención del gobierno nacional, que tomó, entonces, la medida que permitiría que el sueño comenzara a cobrar cuerpo. A través de una resolución del departamento de Hacienda, ordenada por el presidente Nicolás Avellaneda y publicada el 20 de septiembre de 1875, la Administración de Rentas eximió a la compañía del pago de impuestos aduaneros para que pudiera importar la maquinaria necesaria así fabricar las galletitas.

Desde el primer lanzamiento, la inventiva de Melville Bagley captó el gusto popular. Lola, la primera galleta en salir a la venta, rápidamente tuvo gran aceptación entre el público. Elaboradas con los mejores ingredientes y sin agregados artificiales, las Lola se convirtieron así en uno de los alimentos más recomendados por los médicos; los sanatorios las incluían en sus



dietas para pacientes internados.

Faltaría apenas un pilar para que la triada de productos sobre los cuales se consolidaría el crecimiento de la compañía se haga realidad. Siempre de la mano de sus socios, los hermanos Trimarchi, Bagley entendió que debía exprimir todo al máximo en su camino al éxito.

El suceso de Hesperidina dejaba demasiada pulpa de naranjas sin usar y por eso a Melville le pareció que ese desperdicio podía convertirse en una nueva oportunidad de negocio. Así nació el dulce de naranja que la compañía empezó a fabricar también en 1875.

Se conformaba entonces el trío Hesperidina, Lola y Mermelada Bagley, que la compañía empezó a promocionar bajo lo que sería el primer *slogan* publicitario 100% nacional: "Las tres cosas buenas de Bagley".

Las bases para una empresa de largo aliento ya estaban sentadas cuando, el 14 de julio de 1880, la vida de Melville Sewell Bagley llegó a su fin. El pionero, de 42 años, aunque no imaginaba la perdurabilidad de su esfuerzo, dejó el proyecto en buenas manos. >

NO QUIERE MÁS LOLA

Se cuenta que una persona que visitaba a un familiar en un hospital vio a un enfermero llevar una camilla hacia la morgue con un paciente recientemente fallecido y entonces le dijo a alguien que lo acompañaba: "Este no quiere más Lola". Por sus ingredientes naturales, la galletita de Bagley se había convertido en un alimento habitualmente recetado por los médicos en muchos hospitales. Fue así que la expresión se metió en la cultura popular argentina para describir a alguien que se da por vencido.

LA PRIMERA MARCA REGISTRADA

Las falsificaciones obsesionaban a Melville Bagley. Así fue que el emprendedor, a partir del buen vínculo que tenía con el gobierno nacional, pidió a las autoridades que se protegiera la propiedad intelectual. El 21 de octubre de 1876 se creó, entonces, la Oficina Nacional de Patentes y Marcas. La primera marca registrada argentina fue, lógico, Hesperidina.

Ley de Marcas de Fabrica y de Comercio [Extracto]

TITULO III.

Disposiciones penales

Art. 28—Serán castigados con multa de veinte á quinientos pesos fuertes ó una prision de quince dias á un año:

1° Los que falsifiquen ó adulteren de cualquier manera una Marca de Fábrica ó de Comercio.

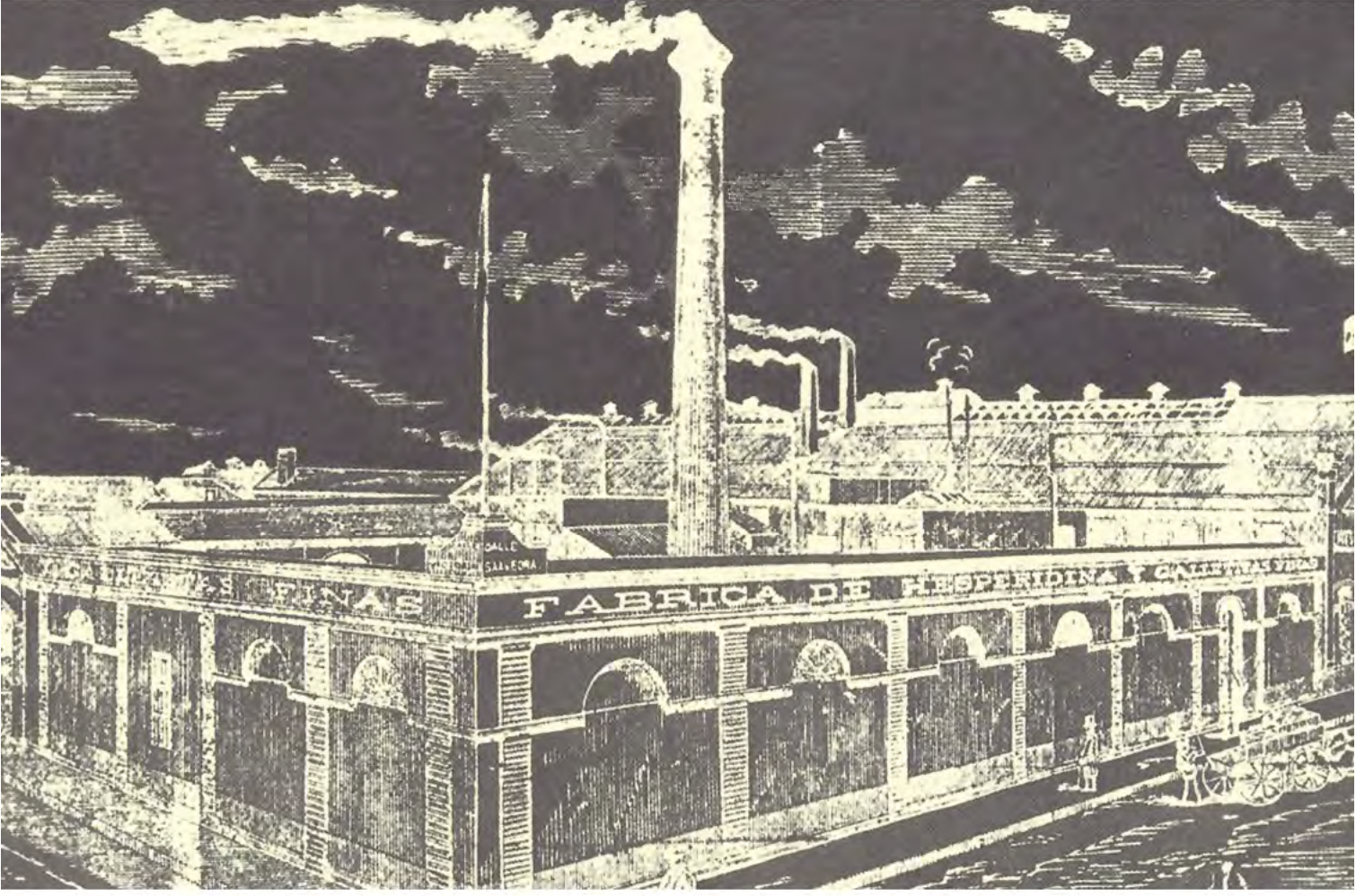
3° Los que con conocimiento vendan, pongan en venta, se presten á vender ó á circular, artículos con Marca falsificada ó fraudulentamente aplicada.

6° .....En caso de reincidencia estas penas serán duplicadas.

Art. 35—Los damnificados por contravencion á los preceptos de esta Ley, podrán ejercer su accion por daños y perjuicios contra los autores y cooperadores al fraude.....

Exíjase siempre al comprar HESPERIDINA que el rótulo de la botella sea igual á esta muestra; y se podrá tener la seguridad de obtener el artículo lejítimo.

La palabra Hesperidina es MARCA DE FABRICA de propiedad de **M. S. Bagley y Ca.,** registrada como tal, de modo que ellos únicamente pueden hacer uso legal de dicha Marca. Toda otra persona ó razon social que usase esta palabra como denominacion de objeto, ó que imitase, adulterase ó falsificase este rotulo, depositado legalmente por M. S. Bagley y Ca., sufrirá el castigo merecido por infraccion á la Ley de 19 de Agosto de 1876.



CON LA ADMINISTRACIÓN

a cargo de sus principales colaboradores –Juan Leon Trillia y Jorge Mac Lean–, María Juana Hamilton, la ciudadana británica con la que Bagley tuvo siete hijas y un varón (Edith María Amelia, Daisy Edith, Gertrudis Lucía, María, Julia Walker, Sarah, Mabel y Melville), se puso al frente de la compañía.

Los restos de Bagley, cuyo prematuro fallecimiento no lo pudo evitar ni la Hesperidina, están enterrados en la parcela 6-B-207 del Cementerio Británico porteño.En el mismo año de la muerte de Bagley, la fábrica se muda de Maipú 205 (la primera dirección que consta de la empresa) a la esquina de Victoria y Saavedra, actual Hipólito Yrigoyen 887.

El paso por el cielo porteño del cometa Halley, el 28 de septiembre de 1882, sería un símbolo del legado que Bagley dejó a sus herederos. Mientras diarios y periódicos de la época reflejaban dudas y temores por las terribles consecuencias que podría causar el fenómeno astronómico, la compañía construía un futuro de largo plazo con un solo objetivo: brindar productos de calidad a la población. •

TRES COSAS BUENAS

HESPERIDINA

GALLETITAS Y

DULCE BAGLEY

SE AGRANDA LA FAMILIA

El 1º de enero de 1877, la empresa abandona su nombre original, Casa Bagley, y pasa a ser M.S. Bagley y Cía., al incorporarse como socios quienes originalmente habían sido sus capitalistas: Antonio, Marcos y Demetrio Demarchi. En mayo de 1879, fallecido Antonio, su hijo Alfredo y su asociado Domingo Parodi ingresan en la sociedad.

DISTRIBUCIÓN A SANGRE

La federalización de sus productos desvelaba a Bagley, quien decidió extender la distribución a nivel nacional con el apoyo de viajantes que se movilizaban en distintos medios de transporte con la identificación de la empresa. Del patio trasero de la fábrica, sobre la entonces calle Victoria, partían los carros tirados por los caballos, animales bautizados popularmente como "los percherones de Bagley". La preocupación por el transporte era palpable en el pionero, activo partícipe, en 1873, de la inauguración del primer tranvía a caballo que recorría la zona sur del conurbano.

BUENOS-AYRES 1864

MONTEVIDEO 1869

HESPERIDINA DE BAGLEY

1872

RIO DE JANEIRO

LICENCIADA PELO **GOVERNO** DE

S. M. O. IMPERADOR

E APPROVADA PELA EXMA COMMISSÃO DE

HYGIENE PUBLICA

HESPERIDINA DE BAGLEY

veio desenvolver a riqueza de um producto natural do paiz e tornar util e precioso uma fructa que até ahi era considerada de pouco valor, veio amostrar e aproveitar as ricas propriedades tonicas estomacaes e carminativas que a sciencia saive extrahir da casca da

LARANJA AMARGA

A fim de não ser iludidos pelos imitadores procure-se nas rolhas, capsulas e rotulas a firma de

M. S. Bagley

A respeito das vantagens da Hespéridina Bagley, diz o Sr. Dr. Antenor Augusto Ribeiro Guimarães, o seguinte:

« O abaixo assignado, doutor em medicina pela faculdade do Rio de Janeiro, etc

« Certifico que a Hesperidina de Bagley é um precioso agente conquistado para a therapeutica para debellar varias molestias, reunindo a inestimavel qualidade de poder ser tomada como agradavel licôr.

« Em 1868, no Paraguay, quando cirurgião da esquadra em operações, soffreu o certificante um embaraço gastro-intestinal com dispepsia gastralgica, que, resistindo aos melhores remedios, cedeu com admiravel

promptidão ao uso de – Hesperidina.

« Era muito frequente no exercito e na marinha o emprego desse licôr para diversas affecções, mas o abaixo assignado limitou-se a empregalo, e sempre com feliz resultado, nos convalescentes de febres graves e nos affectados de cachexia paludosa como tonico, como ante febril nas febres gastricas e intermittentes, ou remittentes ligeiras, e como tonico estimulante e carminativo nas affecções do tubo gastro-intestinal, devidos principalmente a dyssenia.

« Em 1869 e 1870 teve aqui quatro doentes, que se louvárão do seu uso por causa de uma dispepsia flatulenta com congestão hemorrhoidal.

« Actualmente acaba de pedir a – Hesperidina – allivio aos incommodos que lhe causavão tres mezes consecutivos de uma febre ora intermittente, ora remittente e a quinze dias acredita que lhe deu a – Hesperidina – o que lhe negárão o sulphato de quinina, a quina, o arsenico, o rhuibarbo e outros medicamentos, isto é a completa cessação dos accessos e o restabelecimento das funcções do tubo digestivo.

« É a expressão da verdade.

« Rio de Janeiro, 11 de Abril de 1872. – Dr. Antenor Augusto Ribeiro Guimarães.

Durante a guerra do Paraguay appareceu o seguinte no « Standard » de Buenos-Ayres. –

« Os estranhos effeitos que alguns regimentos do exercito alliado experimentarão em quanto estiverão em Tuyuti, onde diariamente havião casos de cholera, vendo-se completamente livres da epidemia, quando chegarão a um campo em que havia grande quantidade de laranjas, têm dado grande impulso ao commercio da Hesperidina. Os soldados que comião as laranjas curavão-se promptamente. A Hesperidina que é feita da laranja tem sido adoptada pelos medicos do exercito.....

O Standard em sua narração equivocou-se, pois que foi em Matto Grosso e não em Tuyuti onde deu-se este acontecimento.

HESPERIDINA BAGLEY

BEBIDA

Agradavel e Salutar

para

uso geral

LICOR

Delicioso e util para sobre-meza

LOS ARGENTINOS Y BAGLEY

ALEJANDRO WIEBE (MARLEY)*

** conductor.*

LAS SONRISAS DE SER GRANDE

"Cuando era chico, 7 u 8 años, había algo que me encantaba: acompañar a mi mamá al almacén. Siempre fui fanático de las galletitas clásicas de Bagley. En aquellos años, uno iba al almacén del barrio y podía ver las galletitas a través de ese ojo de buey que tenían esas latas gigantes donde venían. Y la persona que atendía el almacén, con un guante transparente, ponía las galletitas en una bolsa, apoyaba la bolsa en la balanza y completaba hasta llegar al peso pedido, siempre con alguna yapa que me daba en el momento para que coma, sonrisa mediante, claro. Y eso me lleva a recordar mis épocas en la escuela. Tenía doble escolaridad: salía muy temprano y rápido de mi casa, entonces desayunaba algo a media mañana, almorzaba en la escuela y después me compraba algo a la tarde, cuando se acercaba la hora de la merienda. Y esa época coincide con las primeras señales de mi independencia. Antes de salir temprano para la escuela, mis viejos empezaron a dejar de darme la bolsa de galletitas o algún sándwich de jamón y queso y decidieron darme algo de plata para que yo tome mis propias decisiones en administrar el dinero y también mis preferencias. Entonces llegaba el recreo de las 10 y corría al kiosco de la escuela a comprarme mis galletitas favoritas: las Sonrisas. Casi que me terminaba el paquete antes del timbre. Y también aprovechaba el recreo para comprarme lo que sería el postre: el alfajor negro de Bagley, protagonista de una de las publicidades que más me gustaron de la década del '80, con ese jingle tan pegadizo. En aquellos largos días de escuela, volvía a comprarme otro paquete de Sonrisas, para no llegar a casa con tanto hambre. Elegir esa marca y no otra tenía que ver con mi independencia, era mi decisión. Yo compraba y decidía. Me hacía sentir grande. Y por eso no es casual que las Sonrisas, los alfajores y otros productos dulces de Bagley me sigan acompañando actualmente".

CAPÍTULO 3

1884-1893

1884

A LA ESPERA DEL NUEVO SIGLO

1893

LA PRIMERA PRESIDENCIA

de Julio Argentino Roca acababa de iniciarse cuando Melville Sewell Bagley muere demasiado joven, a los 42 años. Sin embargo, su legado trascendería el tiempo que no le tocó vivir. Un año después de concluido el primer mandato de Roca, en 1887, el incansable trabajo que Bagley y otros pioneros de la época llevaron adelante con esfuerzo y pasión rendiría su primer gran fruto.

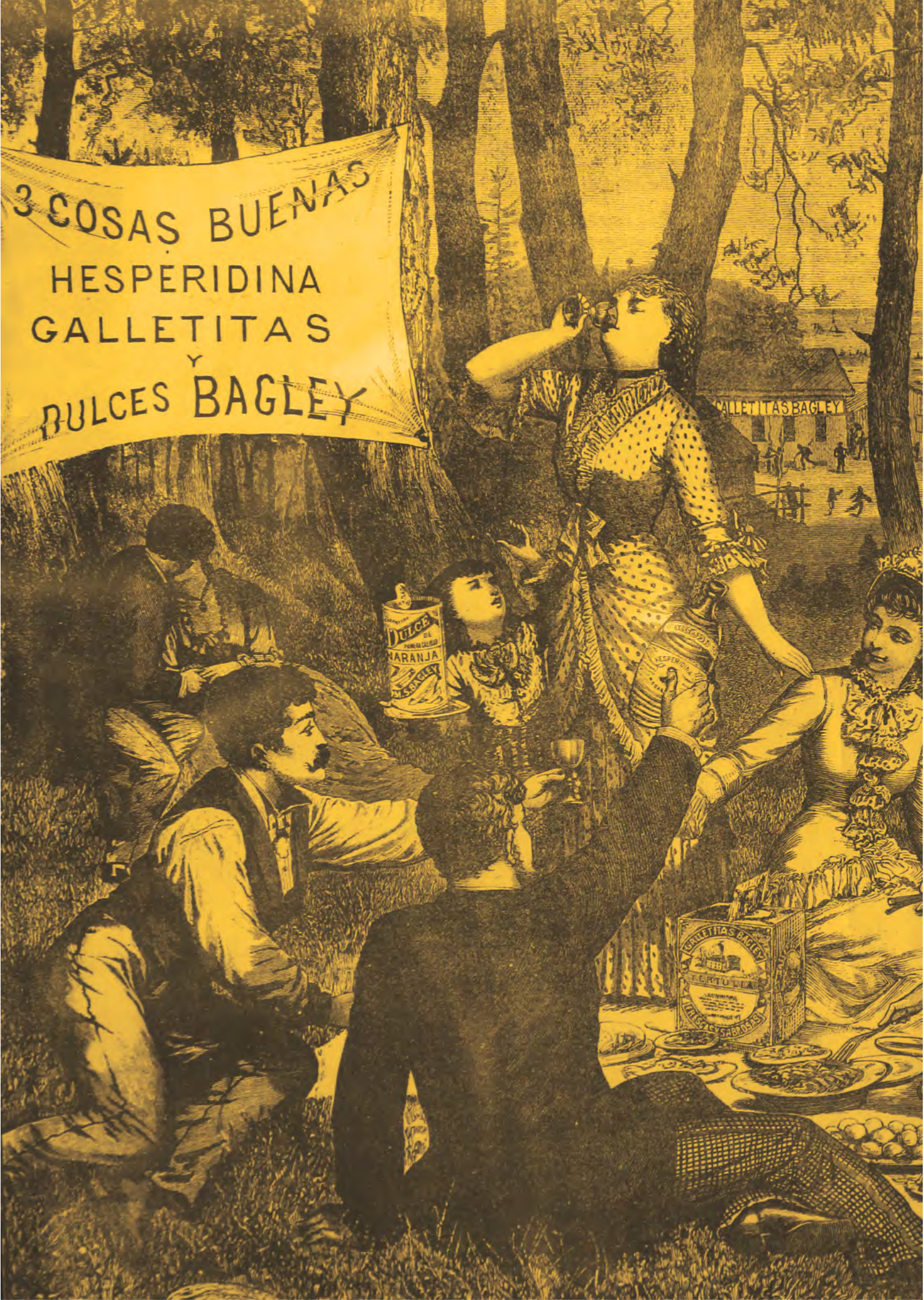
El 7 de febrero de ese año, en una asamblea que registra la participación de 877 socios y con Bagley como una de las 14 empresas fundadoras, nace la Unión Industrial Argentina (UIA).

El proceso que culminó con la fundación de la UIA se inició el 29 de agosto de 1875,

MUDANZA. En 1892 comenzó a funcionar el edificio Montes de Oca, en el barrio porteño de Barracas. El terreno, ubicado en la Barranca de Santa Lucía, había sido adquirido por la empresa el año anterior. Fue el segundo cambio de edificio desde la fundación de la empresa en 1864.

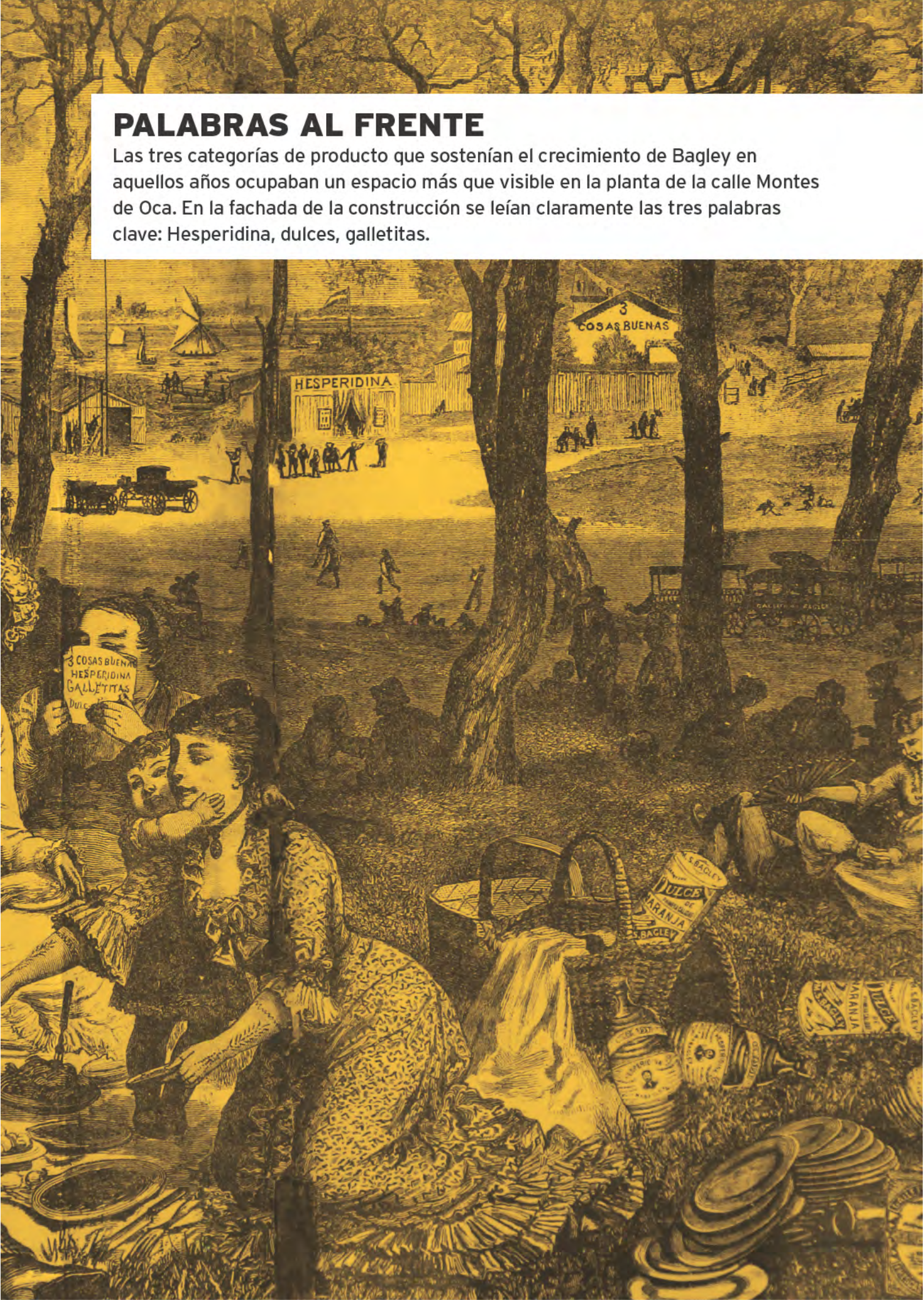
cuando un grupo de 153 empresarios vinculados al sector manufacturero constituyó el Club Industrial Argentino. Las diferencias internas llevaron a una escisión que derivó en la aparición del Centro Industrial Argentino, el 8 de diciembre de 1878. Finalmente, en 1887, ambas entidades decidieron sumar voluntades bajo la sigla UIA.

Mientras se consolidaba esta organización sectorial, el crecimiento de la empresa obligaba a grandes cambios. En 1892, la compañía vuelve a mudarse, esta vez a los terrenos adquiridos un año antes en la por entonces llamada Barranca de Santa Lucía, sobre lo que hoy es la avenida Montes de Oca, en el barrio porteño de Barracas. >


3 COSAS BUENAS
HESPERIDINA
GALLETITAS
Y
DULCES BAGLEY
GALLETITAS BAGLEY
DULCE
NARANJA
GALLETITAS BAGLEY

PALABRAS AL FRENTE

Las tres categorías de producto que sostenían el crecimiento de Bagley en aquellos años ocupaban un espacio más que visible en la planta de la calle Montes de Oca. En la fachada de la construcción se leían claramente las tres palabras clave: Hesperidina, dulces, galletitas.



PIONEROS. Melville S. Bagley y sus primeros colaboradores. De izquierda a derecha, sentados: Jorge Mac Lean, Bagley, Juan León Trillia; parados: R.Cowes, S. Charles, T. Shoobridge.

EL DESPEGUE DE LA INDUSTRIA

Según las estadísticas del censo porteño de 1887, existían 6.128 establecimientos industriales en la ciudad de Buenos Aires, los cuales empleaban a 42.321 personas. La cifra resultaba un claro indicador del franco crecimiento que experimentaba la industria en aquellos años, al superar el total de empleados de comercio, contabilizados en cerca de 34.000.

ESTAR EN LÍNEA

Para 1887, de acuerdo con cifras surgidas del primer censo municipal, la ciudad de Buenos Aires contaba con un teléfono cada 115 habitantes, un promedio que estaba por encima de grandes capitales europeas. Una crónica de 1878 refleja que Bagley fue uno de los primeros usuarios en instalar el servicio telefónico, de gran ayuda para el crecimiento comercial de la empresa.

ALLÍ SE CONSTRUYERON

las instalaciones que permitirían alojar a las máquinas que fabricaban un *portfolio* de galletitas que ya se había diversificado. A las exitosas Lola se sumaron tres marcas: Soda, Variedad y Tertulia.

El mismo año de la mudanza, los cambios también se sentían en la primera línea de la compañía. Con el retiro de Jorge Mac Lean en 1892, asume la dirección de Bagley Juan León Trillia, con la colaboración –desde 1893– de su hermano Roberto F. Trillia. Juan León sería el primer presidente de la empresa cuando fue convertida en sociedad anónima, en 1901.

El nuevo siglo asomaba y Bagley lo esperaba a pura innovación. •

EY & CA LD
BAGLEY & CALD

TRAVESURA DE ALMACÉN

"De mi infancia me acuerdo mucho de mi barrio, un barrio muy humilde, cerca del centro, en Resistencia, provincia del Chaco. El almacén era de un matrimonio de españoles: don Jaime y doña Alicia. Tenían ese tradicional mostrador largo, donde los parroquianos se tomaban el copeo, el vasito de ginebra. Esa escenografía la completaban las famosas latas de galletitas con el ojo de buey, la balanza y una estantería enorme, que llegaba hasta el techo, que para mí era una cosa gigante. Era muy gracioso porque en ese momento mi mamá me mandaba a comprar un paquete de arroz, entre las tantas cosas que tenía que traer del almacén. Y yo entonces iba con la libreta y con una notita que decía lo que había que comprar. Nos portábamos bastante mal, así que teníamos prohibido comprar todo lo que era masitas y golosinas. Don Jaime entonces toma la nota y, en el apuro, la lee y dice: "Un Amor". Me quedé calladito, no dije nada, y me volví a mi casa con las galletitas en lugar del arroz. Y se armó lío. Me defendí y dije que no era mi culpa, que don Jaime se había equivocado. Igual sabía que me había hecho el vivo y por eso llegué a casa con el paquete intacto, porque pensé que me lo iba a hacer devolver. Me acuerdo que me retaron mucho. Una anécdota muy linda de mi infancia. Esas cosas de niño las tengo muy frescas hoy. Las Amor me gustaban mucho. Las Mellizas y las Rumba también, eran como un premio para mí".

MILO LOCKETT*

** artista.*

CAPÍTULO 4

1894-1903

1894

SIEMPRE EN BUSCA DEL PROGRESO

1903

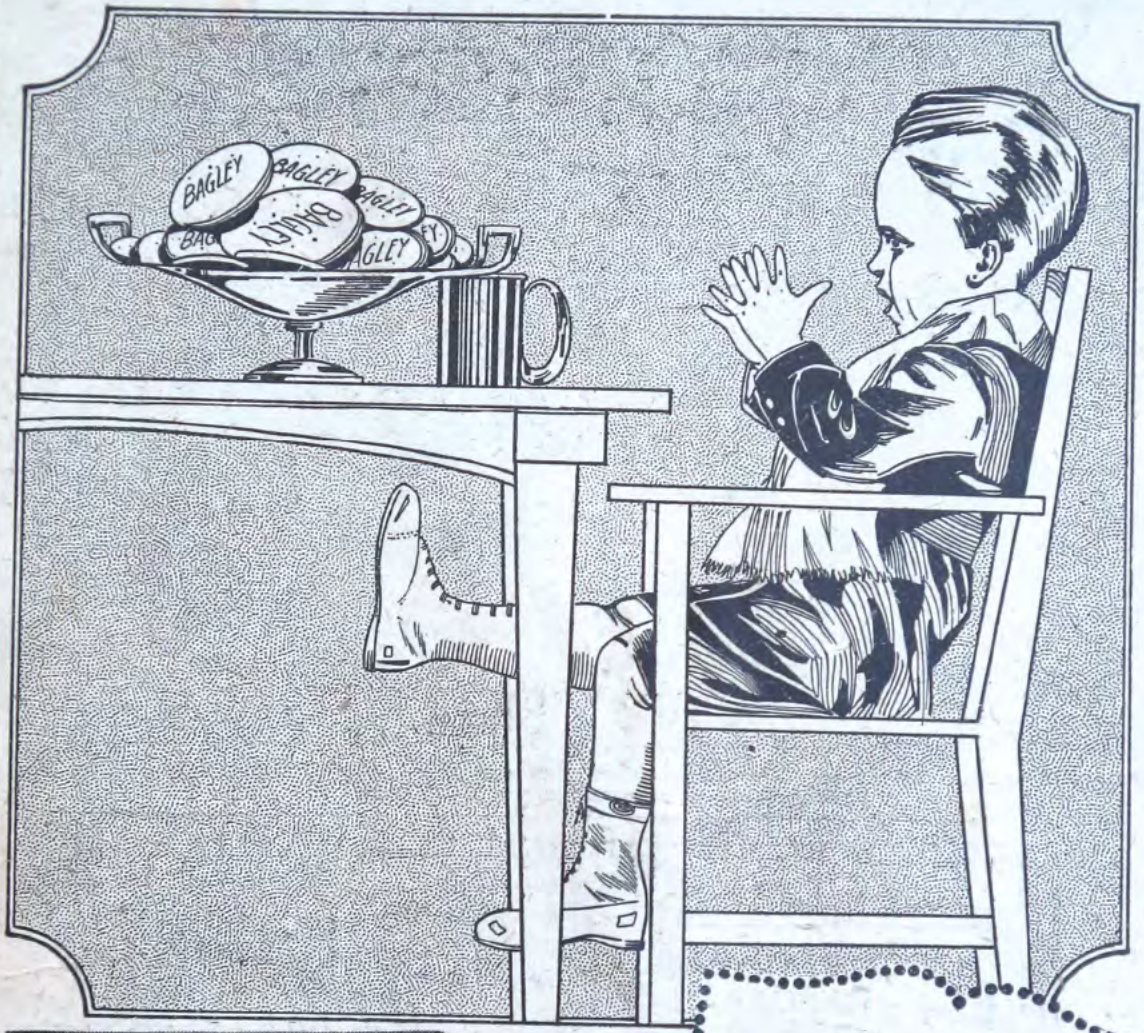
CON EL SIGLO XIX

ya concluido, la cadena de producción de Bagley crecía de manera ininterrumpida, con un valor agregado diferencial y su impacto en industrias colaterales: los productos que salían desde la planta de Montes de Oca, en Barracas, movilizaban también la molienda de trigo, la elaboración de azúcar, grasa, manteca, leche, huevos, papeles, cartones, etc.

El 21 de diciembre de 1901, luego de gestiones iniciadas en los comienzos de aquel año, el presidente Julio Argentino Roca –ya en su segundo mandato– firmó el decreto que autorizaba la nueva forma jurídica de la compañía. Juan León Trillia sería el primer presidente de Bagley S.A..

Los estatutos de la flamante Sociedad Anónima crearon el cargo de director-gerente, para el que fue designado Juan W. Taylor, que a su vez se desempeñaba como secretario del Directorio.

Mientras tanto, una nueva marca estaba por asomar. En homenaje a quien fuera presidente de la nación entre 1862 y 1868 –gestión que coincidió con los primeros momentos de Bagley–, en marzo de 1902, Bagley puso a la venta el segundo gran éxito de su historia como fabricante de galletitas: las Mitre. >



GALLETITAS

"BAGLEY"

SE IMPONEN POR SU SABOR EXQUISITO

Pida en todos los Almacenes:

"Mitre",

"Gotas de Oro",

"Matinée".

M. S. BAGLEY & Cía. Ltda.

MONTES DE OCA, 199

BUENOS AIRES

INDUSTRIAS EN ASCENSO

A fines del siglo XIX, el progreso industrial de la ciudad de Buenos Aires dejaba huellas en las estadísticas nacionales. En 1895, el 38% de los establecimientos industriales del país estaban radicados en la ciudad capital, empleando el 48 % de la mano de obra y reuniendo nada menos que el 51 % del capital invertido.

NUEVO SIGLO, NUEVA SOCIEDAD

La escritura que concluyó con la conformación de la sociedad anónima se oficializó el 24 de enero de 1902, ante el escribano Manuel Lacasa. Allí consta que el capital societario de Bagley se eleva a la suma de 1.050.000 pesos oro y que el domicilio legal se fija en Montes de Oca 205.

GALLETITAS
BAGLEY

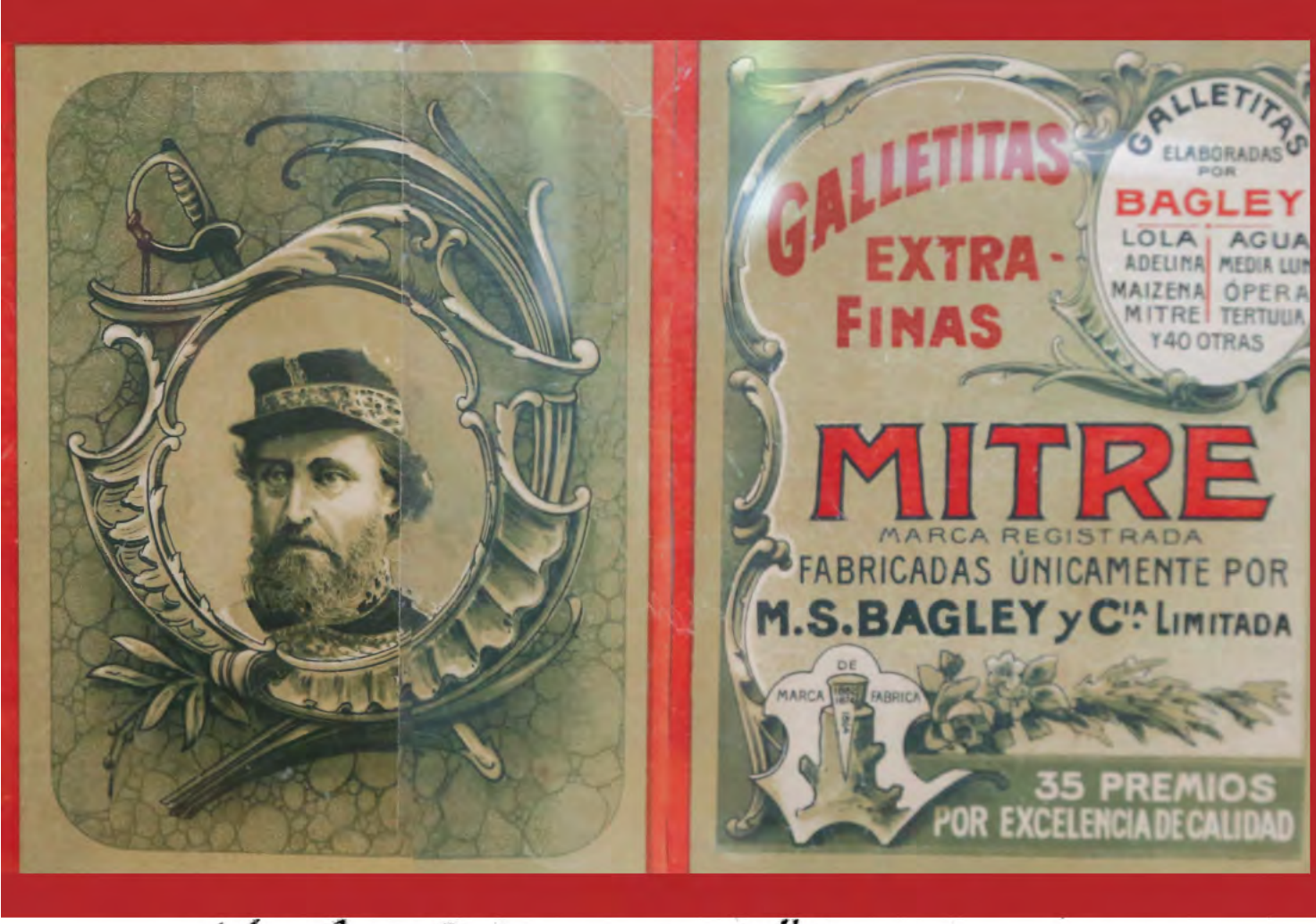
Son las preferidas de los niños por su gusto exquisito y son las que los padres dan a sus hijos porque están elaboradas con el más escrupuloso cuidado y se halla comprobada su fácil asimilación.

CON NOMBRE DE GALLETITA. Las Mitre no fue el único producto de Bagley que llevó el nombre de un personaje conocido. En esos años, la compañía lanzó la marca Adelina, en honor a una cantante lírica italiana.

> PARA AVANZAR

con la utilización comercial de su apellido, Bagley solicitó autorización formal a quien, ya con 80 años, se dedicaba de lleno a conducir el influyente diario La Nación. El 1º de marzo de 1902, para responder afirmativamente a la consulta, Bartolomé Mitre envió una carta firmada de su puño y letra (derecha).

No fue Mitre la única persona que se convirtió en galletita. Otro producto que se creó y puso a la venta a modo de tributo fue la marca Adelina, inscripta en honor a la cantante lírica italiana Adelina Patti. Siempre con el progreso en la mira, la planta de Montes de Oca reportaba, en esos primeros años del siglo XX, una abrumadora cifra de producción: desde allí partían 6.000 kilos de galletitas cada día. •



Al Sr. Presidente de la "Sociedad anónima de S. Bagley y Cía limitada."

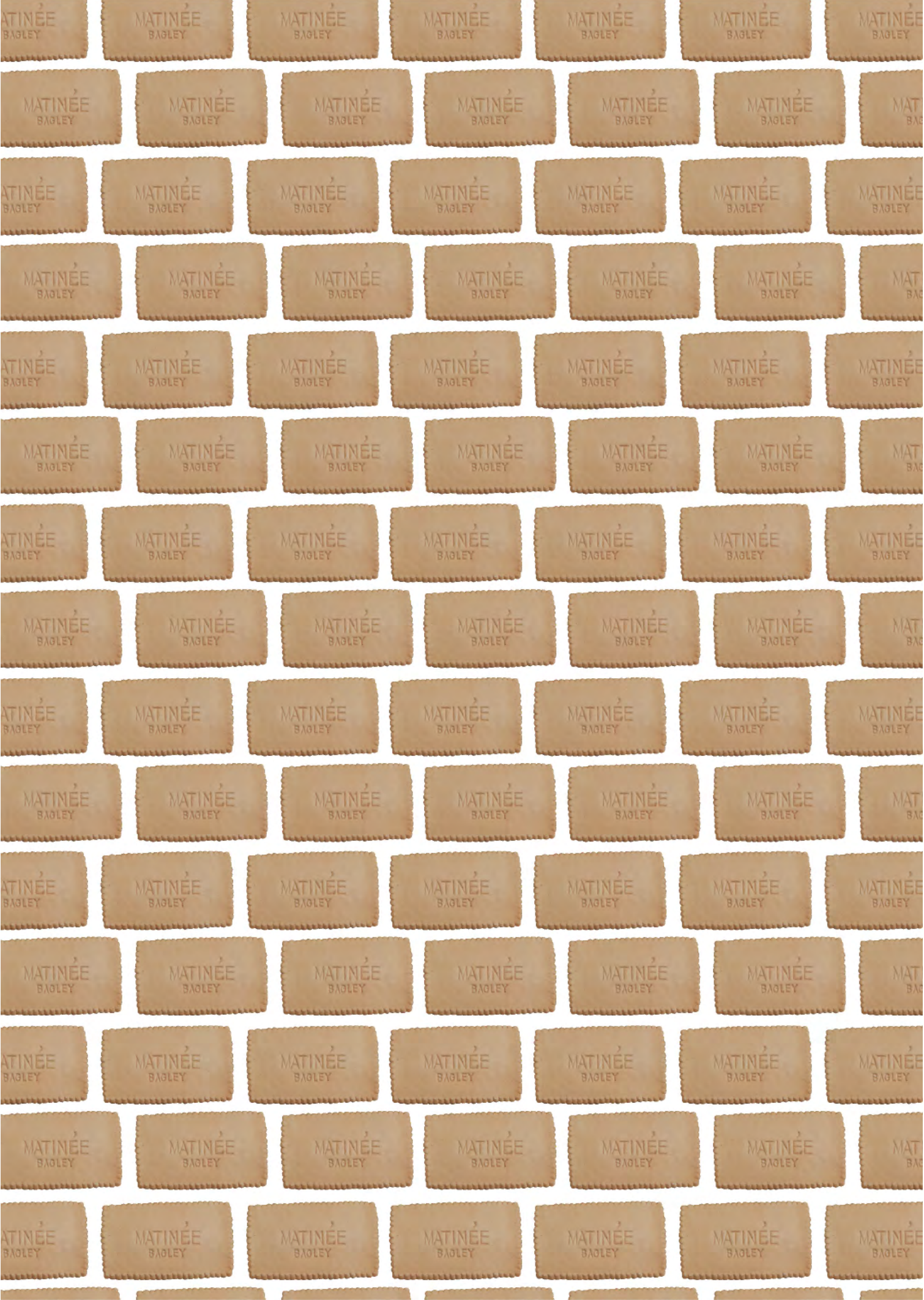
Agradezco el recuerdo que la compañía que Vd. preside ha tenido a bien hacer de mi nombre, para señalar el nuevo producto de su fábrica, cuya muestra he recibido con agrado.

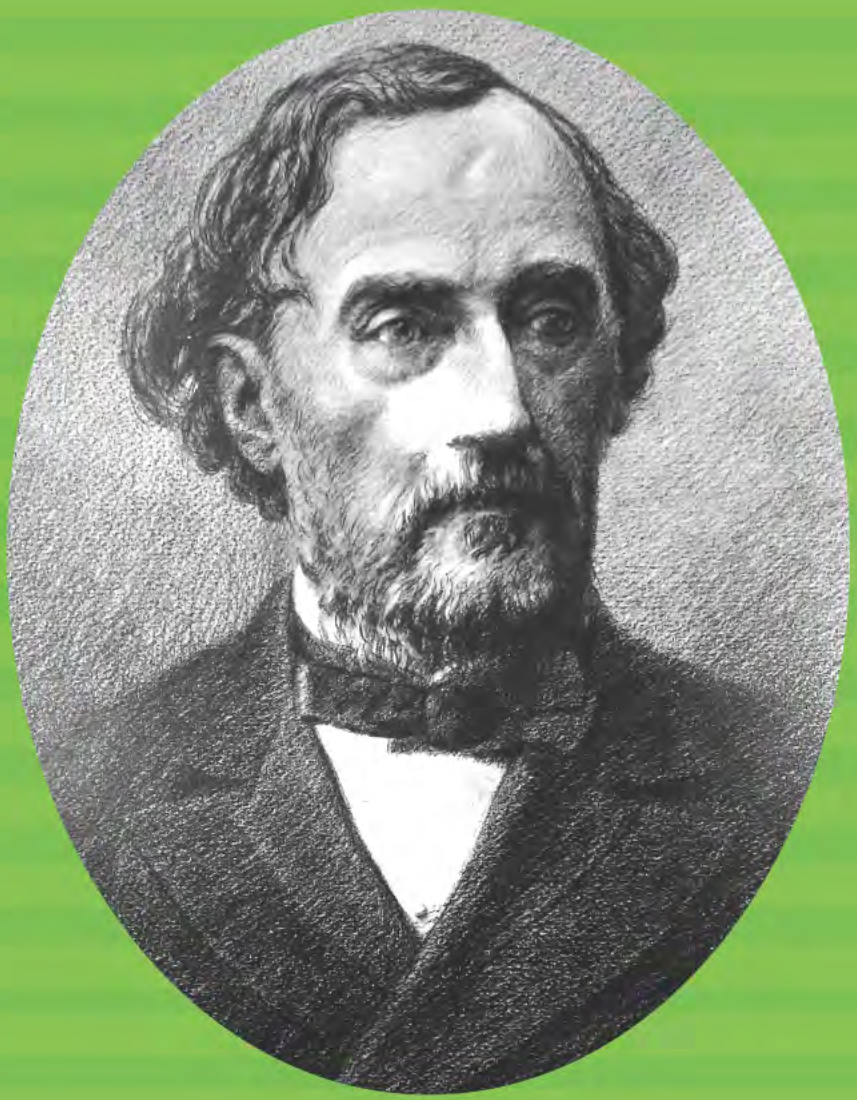
No tengo, pues, inconveniente en que la compañía haga uso de mi nombre con tal objeto, y me es agradable con este motivo desearle toda prosperidad.

Dios Vd. atento y S. S.

Bartolomé Mitre

Buenos Aires

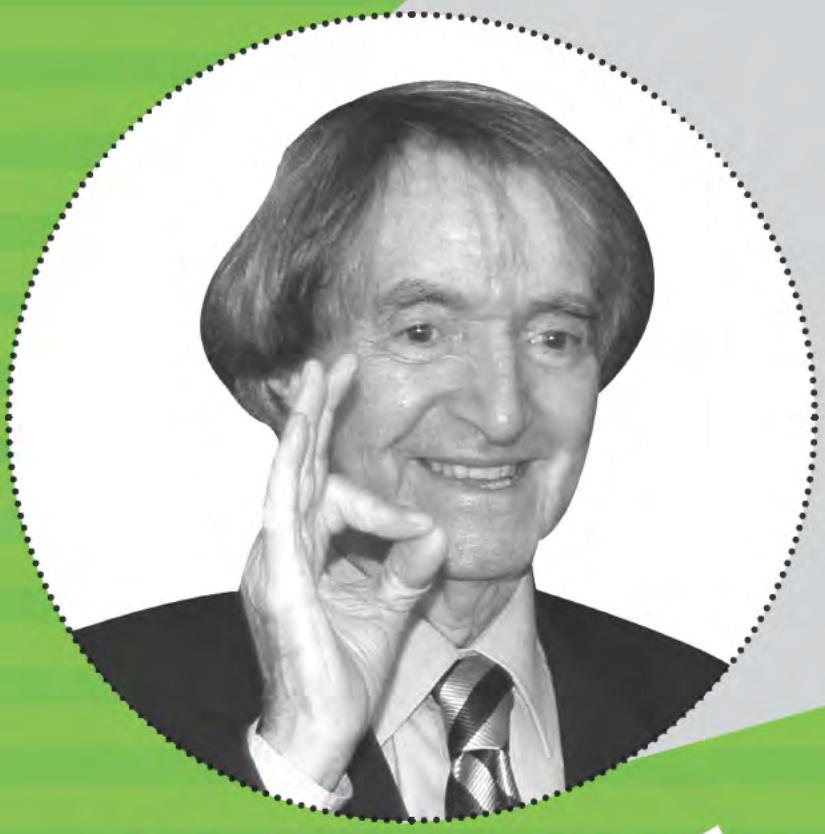

MATINÉE
BAGLEY



BARTOLOMÉ, UN FIEL CLIENTE

Mucho antes de autorizar su apellido para bautizar a una galletita, Bartolomé Mitre ya tenía un vínculo con Bagley. Fue justamente él quien condujo los ejércitos de la Triple Alianza en 1865. Durante aquellos combates, Hesperidina se transformó en bebida clave para aliviar los dolores en algunos hospitales de campaña. Se cuenta, también, que el general frecuentaba las tertulias en La Helvética, donde degustaba oporto y el popular bitter de Bagley.

LOS ARGENTINOS
Y BAGLEY



CARLITOS BALÁ*

** actor y humorista.*

UN TRUEQUE JUSTO

"Siempre fue habitual que las mamás quisieran acercarse a mí para que sus hijos me conocieran, que pudieran sacarse una foto conmigo. Me sigue ocurriendo, por suerte. Recuerdo que una vez, antes de arrancar el programa, una señora vino con el hijo de 3 años, quería conocerme y, como hacíamos en mis programas, me traía de paso el chupete del chico para engrosar el Chupetómetro. Estuvimos charlando con la mamá, le pregunté sobre el chupete del chico, un poco sobre otras cosas de la vida. Me acerqué al nene entonces, y le dije: 'Así que me vas a dar el chupete, ¿no?'. "Sí, pero vos me tenés que dar la Merengada'. Me dejó boquiabierto. Era muy común que tuviera algo para comer en el camarín, pasaba muchas horas en el canal.
Y como a mí me gustaban las Merengadas, tenía justo en ese momento un paquete porque estaba por comer algunas antes de empezar el programa. Así que le propuse un trueque: si ponía el chupete en el Chupetómetro, yo le daba mi paquete de Merengadas. Y así fue, le di el paquete. La mamá contenta que su hijo dejaba el chupete, y el nene feliz con sus galletitas. Así que cuando llegó el momento del Chupetómetro, se acercó, me dio el chupete y lo echamos adentro. Fue un momento inolvidable".

SIEMPRE DISPUESTA A APRENDER

Estaba muy entusiasmada con la oportunidad. Llevaba apenas un año viviendo junto con sus padres y sus dos hermanas en Villa Mercedes, San Luis, a donde habían llegado llenos de esperanza desde Junín, provincia de Buenos Aires. Una nueva fábrica estaba a punto de inaugurarse en medio del campo puntano y ahí estaba Adriana Patricia Russo, haciendo cola entre un centenar de postulantes. Russo no había cumplido 20 años y aunque tenía poca experiencia laboral, sabía perfectamente el significado del verbo esforzar: había empezado a trabajar a los 17 como administrativa en una clínica médica por la mañana y, por la tarde, cumplía tareas similares como secretaria de un estudio jurídico.

"Marta Domínguez, que recientemente se había incorporado a Bagley como microbióloga, me contó que estaban contratando personal", cuenta Russo, que recuerda con precisión esa hilera de sueños: "Salió Adriana Panza de la oficina de selección, recorrió la fila y cuando llegó donde estaba yo me preguntó si quería trabajar como asistente de Producción".

Aunque no sabía de qué se trataba, la respuesta afirmativa de Russo le cambió la vida para siempre. Dos días y varias entrevistas después, el 16 de octubre de 1980 ingresaba formalmente a Bagley, una marca que apenas conocía a través de las Criollitas, las Ondinas y las Ópera, sus galletitas preferidas, antes y ahora.

LA CHICA DE TACOS

En esas primeras jornadas en una fábrica que todavía se estaba terminando, Adriana Russo no se podía imaginar que su aporte sería clave para la historia de la planta. A los 6 meses de haber ingresado como asistente del jefe de Producción, se comenzó a capacitar para la Secretaría de la Gerencia de la

ADRIANA PATRICIA RUSSO
Analista de Gestión en Recursos Humanos en la planta de Villa Mercedes, San Luis. 52 años, 33 en la compañía.

SECRETARIA CLAVE. Una imagen de Adriana Russo de principios de los '90. Su rol fue clave en el crecimiento de Villa Mercedes.

planta, cargo que finalmente ocupó en1982.

En 1986 fue nombrada como secretaria de planta, cargo que no abandonó pese a que, más de una década después, Bagley la necesitó para otras funciones. "En 1998 comencé como auditora y poco tiempo después como auditora líder, primero para las normas ISO 9001 y a continuación para las ISO 14001. En 2005 fui nombrada asistente de Recursos Humanos y desde 2007 me desempeño como analista de gestión en esta área", repasa Russo, que estudió Tecnicatura en RRHH.

Una larga trayectoria que empezó con un par de anécdotas que Russo jamás olvidará. Para estar a la altura de las circunstancias, la joven llegó a su primer día de trabajo lo mejor vestida que podía. "Me vine con una camisa blanca de seda, minifalda y tacos muy altos. La fábrica todavía estaba en pleno montaje, había varios obradores y cerca de 400 personas trabajando a todo pulmón", rememora Adriana.

Sin embargo, la elegancia duró poco: "La jornada de trabajo era cortada, al mediodía tenía dos horas para ir a almorzar a casa, que quedaba a unos 15 kilómetros. Por supuesto que ese día aproveché y me puse pantalones, zapatillas y una remera bien larga, y volví…".

La segunda anécdota también refleja un aprendizaje de esos primeros días en Bagley. El trabajo con casco era obligatorio dado que todo se encontraba en construcción. "Un día tuve que

buscar a mi jefe en una de las líneas que se estaban armando; era urgente, así que salí apurada y sin el casco. Lo encontré, pero antes de que pudiera contarle nada me dio la orden de regresar a la oficina y ponerme el casco", detalla Russo, que no pudo explicar que se trataba de una urgencia.

Volvió a su oficina a buscar el casco, se lo puso y así retomó el camino hacia donde estaba su jefe, que inmediatamente se ocupó de la urgencia no sin antes justificar su conducta. "Me dijo que las urgencias no existían si no cuidaba de mí misma. Fue una lección que jamás olvidé", reconoce.

DÉCADAS DE APRENDIZAJE

Por aquellos años, Villa Mercedes crecía a un ritmo vertiginoso. Eran tiempos de promoción industrial y la demanda de empleados era incesante mientras el progreso tecnológico hacía lo suyo. "Se comenzaban a incorporar los faxes y las PCs, así que permantemente había capacitaciones y adaptaciones a los cambios, mientras familias enteras llegaban desde Mendoza, San Juan y Córdoba, principalmente", relata Russo, cuyas memorias de la década del '80 son inagotables.

"Si bien fueron años intensos, tanto en el aspecto socioeconómico como político, nada alteró el funcionamiento de la empresa, todo lo contrario. Se pudo hacer la puesta en marcha de todas las líneas de producción y continuar con la elaboración de las marcas emblemáticas y los nuevos desarrollos que luego se convirtieron también en emblema, como las Tentaciones o los alfajores". Tantas experiencias, en aquella década y en las que la sucedieron, no fueron otra cosa que aprendizaje para Russo.

A la hora de hacer un balance de estos 33 años en Bagley, Adriana Russo no quiere someter sus emociones a un ránking. "Hay muchos momentos de alegría y felicidad, no me gusta clasificarlos: me casé, nacieron mis hijas, fui ascendida en varias oportunidades, estoy rodeada de muy buena gente, veo ingresar y desarrollarse muchísimas personas… y, como todos, he tenido momentos de mucha tristeza que me han marcado pero prefiero guardarlos para mí".

Si a muchos argentinos Bagley les modificó hábitos de su vida cotidiana, para ella, que prácticamente forjó una planta junto a un puñado de hombres y mujeres, la compañía tiene un significado especial. "Bagley, en gran medida, me permite ser lo que soy, educar a mis hijas, disfrutar de mis nietos, alcanzar objetivos, ser profesional en mi tarea; yo aprendí y aprendo en Bagley. Y a cambio brindo toda mi capacidad y entusiasmo. Estoy muy orgullosa de estar y ser parte de esta empresa".

CAPÍTULO 5

1904-1913

1904

LA DÉCADA DE LA EXPANSIÓN

1913

INDUSTRIALIZADOS. Una imagen de principios del siglo XX refleja una empresa en plena expansión.

MIENTRAS LA CADENA

que Bagley ponía en marcha en varios segmentos productivos se aceitaba cada vez más, el progreso de la compañía acompañaba el proceso de expansión económica que el país experimentaba en este comienzo de siglo.

Entre 1904 y 1910, el desarrollo de la energía eléctrica fue impactante: aumentó un 23,5 % anual, tasa que se elevó a 26% hasta 1914. La ciudad de Buenos Aires, en pleno fervor por el centenario de la patria, reflejaba cómo las industrias generaban más y más puestos de trabajo. De un promedio de 8,4 empleados por establecimiento industrial que había en 1895, la cifra crece a 11,5 empleados en 1910, un 36% de incremento. En ese contexto, también Bagley transitaba momentos de desarrollo y transformación. En 1904,

Diego S. Agar asumió como presidente de Bagley SA, en reemplazo de Juan León Trillia, que había fallecido el 2 de junio de ese año. Agar permanecería en su cargo hasta que Pedro F. Mosoteguy asume en julio de 1913.

Mosoteguy se había sumado a Bagley cuando, el 24 de enero de 1905, la empresa adquiere La Unión, otra fábrica de galletitas, una fusión que le dio gran impulso al negocio principal que Melville S. Bagley había puesto en marcha ya tres décadas atrás.

En agosto de ese mismo año, mientras la marca estrenaba el *slogan* "Siendo de Bagley es bueno", las maquinarias de la calle Montes de Oca darían a luz una creación que revolucionaría, una vez más, el mercado: la oblea rellena. >

SOBRE RIELES I

La asunción de Pedro F. Mosoteguy como nuevo presidente de la compañía, en 1913, coincide con un evento que cambiaría la vida de los porteños: la inauguración de la primera línea de subterráneos de Buenos Aires, que unía Plaza de Mayo con Plaza Miserere.

SOBRE RIELES II

La red ferroviaria argentina, que contaba con 2.400 kilómetros de vías en 1880, pasó a tener más de 30.000 kilómetros en 1914, mientras la carga transportada se elevó de 800.000 a 35.000.000 de toneladas en el mismo período.

SIENDO DE
BAGLEY
ES BUENO
OBLE
Ope

AS RELLENAS
era BAGLEY

Gran Concurso Nacional

BU-BÚ

EL VOTO DE LOS NIÑOS

¡Que la alegre voz de la niñez Argentina proclame los vencedores!

M. S. BAGLEY y Cía., Limitada, por intermedio de su galletita BU-BU, ofrece á los niños de la República la oportunidad de registrar su primer voto.

¡¡NIÑOS!!

Regalaò $ 3.000 c/l. á vuestros maestros y maestras

¿Cuál es el maestro ó maestra que más quiere Ud.?

Que cada niño ó niña vote por el maestro ó maestra que más quiere, y los fabricantes de BU-BU obsequiarán á los 5 maestros y maestras que resulten con la mayor cantidad de votos, con:

Al maestro y maestra que obtenga el mayor número de votos, cada uno	$ 1.000	$ 2.000
Al maestro y maestra que le siga en número, c/u.	" 200	" 400
A los tres maestros y maestras siguientes, c/u.	" 100	" 600
		$ 3.000

Cada niño en la República tiene el derecho de votar tantas veces quiera, siempre que cada voto venga acompañado por un Cupón de BU-BU, que contiene cada lata.

Para que los candidatos conozcan su posición en el Concurso, cada miércoles se publicarán en el diario "LA ARGENTINA" los nombres y cantidad de votos obtenidos por los 5 maestros y maestras más favorecidos. El Concurso cierra el día 25 de noviembre de 1912; todo voto debe remitirse por escrito á M. S. BAGLEY y Cía., Limitada, calle Montes de Oca, 199, indicándose con claridad el nombre del maestro ó maestra por quien votas y la escuela donde ejerce sus funciones.

NOTA: No se tomarán en consideración los votos que no vengan acompañados por el Cupón BU-BÚ.

¡¡Niños y Niñas de la República, no dejen de registrar su primer voto!!

Qué lindo es sacarse estos bonitos premios que brindan las sabrosas galletitas MINUE y BU-BU de Bagley! Ellas ofrecen mil ventajas: cuestan sólo 5 centavos... son golosinas deliciosas y saludables... y de "yapa", todavía tienen vales con premios.

MINUÉ Y BU-BU

SIENDO DE Bagley SON BUENAS

EL NUEVO PRODUCTO

adoptaría el nombre Ópera tres años más tarde, en coincidencia con la inauguración del Teatro Colón de Buenos Aires. Hacía su aparición la marca que conquistaría a los argentinos por más de un siglo y hasta nuestros días.

A partir de esta expansión, en 1908 la Bolsa de Comercio de Buenos Aires autorizó la cotización de las acciones de Bagley, que así se convertía en la décima empresa del rubro alimenticio en ser admitida en el Mercado de Valores. Hasta ese momento ya cotizaban 4 frigoríficos, 3 ingenios azucareros, un molino y una empresa de productos lácteos.

Al año siguiente, más precisamente el 31 de marzo, Bagley engrosaba su oferta con el lanzamiento de las galletas Bu-Bu. La planta de Barracas quedaba chica y por eso se incorporaron dos terrenos linderos con salida a la calle General Hornos (números 258 al 298). En junio de 1910 se iniciaron las obras que permitieron extender la superficie de la fábrica en 4.300 metros cuadrados.

Direccion:
C. CIACCHI.
TEATRO
COLON
Inauguracion.
1908

BAGLEY
...¡está REQUETEBAGLEY!
Opera
Opera
Opera
Opera
eas

UNA ECONOMÍA INTEGRADA AL MUNDO

A pesar de la crisis de 1890, el cambio de siglo mostraba una economía argentina que se integraba al mundo. Las exportaciones de trigo aumentaron de 100.000 a 2.800.000 toneladas entre 1885 y 1913; y las de maíz subieron de 15.000 toneladas a 4.800.000 durante el mismo período. En 1908, la Argentina era el primer productor mundial de lino, y el segundo de trigo. En 1909, el país era el primer productor global de maíz. Semejante crecimiento de las exportaciones vino acompañado de un aumento del 497% en las importaciones entre 1880 y 1914.

PROGRESO EDILICIO

La ampliación de la planta de la calle Montes de Oca iniciada en 1910, sumada a las dos anteriores mudanzas (de Maipú y Paraguay a Victoria y Saavedra, y desde allí a Barracas), reforzaba uno de los puntos trascendentales que atraviesa toda la historia de Bagley: el progreso edilicio.

ENTRE LA DANZA Y LA VIDA, SIEMPRE GALLETITAS

"Tenía 20 años cuando me incorporé a la compañía del Ballet Bagley; 21, porque ya estaba casada. (Me casé jovencita). Íbamos de gira por todo el país y siempre me iba a mi casa con las cajas de galletitas, todo tipo de galletitas. Regalaba muchas pero también comía un montón. Cuando estudiaba en el Teatro Colón, entre clase y clase comía galletitas, me acuerdo perfecto de esos momentos. Mellizas o Sonrisas. La gente suele pensar que las bailarinas nos tenemos que cuidar obsesivamente. Por suerte, yo, gracias a Dios, nunca necesité cuidarme, así que siempre pude comer de todo. Desde muy chica mis favoritas fueron las Sonrisas. Los anillitos también me gustaban, pero las Sonrisas más. Después, cuando salieron las de mermelada de naranja en lugar de frambuesa, también las compraba. Pero las de frambuesa eran imbatibles para mí. También recuerdo con mucho cariño muchos de mis cumpleaños: la Chocotorta era muchas veces la torta elegida para soplar las velitas, la hacía mi hermana. Y no sólo con las Chocolinas, también las hacía con las Coquitas y Chocolinas combinadas. Ya de más grande, cuando me puse de novia con mi marido, me acuerdo que él me traía galletitas que todavía no se conocían, que se vendían en el kiosco que había en el hospital donde él trabajaba. Y una de las que más me sorprendió fueron las Tentaciones, con la gelatina que traían arriba. Él siempre me sorprendía con ese regalito. Son memorias que uno quizá ya las tiene naturalizadas pero que aparecen ni bien uno se pone a pensar. Siempre me llamó la atención, también, que el gusto que yo tenía por estas galletitas se mantiene hoy en mis hijos, como una costumbre que uno va transmitiendo de generación en generación, lo que demuestra la importancia de una marca que por algo tiene 150 años de vida. Son momentos muy especiales, desayunos, meriendas, encuentros con amigos. Las Surtido son un clásico de ese tipo de situaciones: estás con amigos y ¿qué comprás? Surtido, de Bagley. Ahí están todas. Mi hija Julieta tiene, en su cuaderno de comunicaciones, los **stickers** con frases que venían en las galletitas Amor, todos pegaditos ahí. Uno piensa en galletitas y te das cuenta de que tienen que ver con momentos muy especiales de la vida".

LOS ARGENTINOS
Y BAGLEY

ELEONORA CASSANO*

* *bailarina.*

CAPÍTULO 5

1904-1913

1904

LA DÉCADA DE LA EXPANSIÓN

1913

INDUSTRIALIZADOS. Una imagen de principios del siglo XX refleja una empresa en plena expansión.

MIENTRAS LA CADENA

que Bagley ponía en marcha en varios segmentos productivos se aceitaba cada vez más, el progreso de la compañía acompañaba el proceso de expansión económica que el país experimentaba en este comienzo de siglo.

Entre 1904 y 1910, el desarrollo de la energía eléctrica fue impactante: aumentó un 23,5 % anual, tasa que se elevó a 26% hasta 1914. La ciudad de Buenos Aires, en pleno fervor por el centenario de la patria, reflejaba cómo las industrias generaban más y más puestos de trabajo. De un promedio de 8,4 empleados por establecimiento industrial que había en 1895, la cifra crece a 11,5 empleados en 1910, un 36% de incremento. En ese contexto, también Bagley transitaba momentos de desarrollo y transformación. En 1904,

Diego S. Agar asumió como presidente de Bagley SA, en reemplazo de Juan León Trillia, que había fallecido el 2 de junio de ese año. Agar permanecería en su cargo hasta que Pedro F. Mosoteguy asume en julio de 1913.

Mosoteguy se había sumado a Bagley cuando, el 24 de enero de 1905, la empresa adquiere La Unión, otra fábrica de galletitas, una fusión que le dio gran impulso al negocio principal que Melville S. Bagley había puesto en marcha ya tres décadas atrás.

En agosto de ese mismo año, mientras la marca estrenaba el *slogan* "Siendo de Bagley es bueno", las maquinarias de la calle Montes de Oca darían a luz una creación que revolucionaría, una vez más, el mercado: la oblea rellena. >

SOBRE RIELES I

La asunción de Pedro F. Mosoteguy como nuevo presidente de la compañía, en 1913, coincide con un evento que cambiaría la vida de los porteños: la inauguración de la primera línea de subterráneos de Buenos Aires, que unía Plaza de Mayo con Plaza Miserere.

SOBRE RIELES II

La red ferroviaria argentina, que contaba con 2.400 kilómetros de vías en 1880, pasó a tener más de 30.000 kilómetros en 1914, mientras la carga transportada se elevó de 800.000 a 35.000.000 de toneladas en el mismo período.

SIENDO DE
BAGLEY
ES BUENO
OBLE
Ope

AS RELLENAS
era BAGLEY

Gran Concurso Nacional

BU-BÚ

EL VOTO DE LOS NIÑOS

¡Que la alegre voz de la niñez Argentina proclame los vencedores!

M. S. BAGLEY y Cía., Limitada, por intermedio de su galletita BU-BU, ofrece á los niños de la República la oportunidad de registrar su primer voto.

¡¡NIÑOS!!

Regalaò $ 3.000 c/l. á vuestros maestros y maestras

¿Cuál es el maestro ó maestra que más quiere Ud.?

Que cada niño ó niña vote por el maestro ó maestra que más quiere, y los fabricantes de BU-BU obsequiarán á los 5 maestros y maestras que resulten con la mayor cantidad de votos, con:

Al maestro y maestra que obtenga el mayor número de votos, cada uno	$ 1.000	$ 2.000
Al maestro y maestra que le siga en número, c/u.	" 200	" 400
A los tres maestros y maestras siguientes, c/u.	" 100	" 600
		$ 3.000

Cada niño en la República tiene el derecho de votar tantas veces quiera, siempre que cada voto venga acompañado por un Cupón de BU-BU, que contiene cada lata.

Para que los candidatos conozcan su posición en el Concurso, cada miércoles se publicarán en el diario "LA ARGENTINA" los nombres y cantidad de votos obtenidos por los 5 maestros y maestras más favorecidos. El Concurso cierra el día 25 de noviembre de 1912; todo voto debe remitirse por escrito á M. S. BAGLEY y Cía., Limitada, calle Montes de Oca, 199, indicándose con claridad el nombre del maestro ó maestra por quien votas y la escuela donde ejerce sus funciones.

NOTA: No se tomarán en consideración los votos que no vengan acompañados por el Cupón BU-BÚ.

¡¡Niños y Niñas de la República, no dejen de registrar su primer voto!!

Qué lindo es sacarse estos bonitos premios que brindan las sabrosas galletitas MINUE y BU-BU de Bagley! Ellas ofrecen mil ventajas: cuestan sólo 5 centavos... son golosinas deliciosas y saludables... y de "yapa", todavía tienen vales con premios.

MINUÉ Y BU-BU

SIENDO DE Bagley SON BUENAS

EL NUEVO PRODUCTO

adoptaría el nombre Ópera tres años más tarde, en coincidencia con la inauguración del Teatro Colón de Buenos Aires. Hacía su aparición la marca que conquistaría a los argentinos por más de un siglo y hasta nuestros días.

A partir de esta expansión, en 1908 la Bolsa de Comercio de Buenos Aires autorizó la cotización de las acciones de Bagley, que así se convertía en la décima empresa del rubro alimenticio en ser admitida en el Mercado de Valores. Hasta ese momento ya cotizaban 4 frigoríficos, 3 ingenios azucareros, un molino y una empresa de productos lácteos.

Al año siguiente, más precisamente el 31 de marzo, Bagley engrosaba su oferta con el lanzamiento de las galletas Bu-Bu. La planta de Barracas quedaba chica y por eso se incorporaron dos terrenos linderos con salida a la calle General Hornos (números 258 al 298). En junio de 1910 se iniciaron las obras que permitieron extender la superficie de la fábrica en 4.300 metros cuadrados.

Direccion:
C. CIACCHI.
TEATRO
COLON
Inauguracion.
1908

BAGLEY
...¡está REQUETEBAGLEY!
Opera
Opera
Opera
Opera
eas

UNA ECONOMÍA INTEGRADA AL MUNDO

A pesar de la crisis de 1890, el cambio de siglo mostraba una economía argentina que se integraba al mundo. Las exportaciones de trigo aumentaron de 100.000 a 2.800.000 toneladas entre 1885 y 1913; y las de maíz subieron de 15.000 toneladas a 4.800.000 durante el mismo período. En 1908, la Argentina era el primer productor mundial de lino, y el segundo de trigo. En 1909, el país era el primer productor global de maíz. Semejante crecimiento de las exportaciones vino acompañado de un aumento del 497% en las importaciones entre 1880 y 1914.

PROGRESO EDILICIO

La ampliación de la planta de la calle Montes de Oca iniciada en 1910, sumada a las dos anteriores mudanzas (de Maipú y Paraguay a Victoria y Saavedra, y desde allí a Barracas), reforzaba uno de los puntos trascendentales que atraviesa toda la historia de Bagley: el progreso edilicio.

ENTRE LA DANZA Y LA VIDA, SIEMPRE GALLETITAS

"Tenía 20 años cuando me incorporé a la compañía del Ballet Bagley; 21, porque ya estaba casada. (Me casé jovencita). Íbamos de gira por todo el país y siempre me iba a mi casa con las cajas de galletitas, todo tipo de galletitas. Regalaba muchas pero también comía un montón. Cuando estudiaba en el Teatro Colón, entre clase y clase comía galletitas, me acuerdo perfecto de esos momentos. Mellizas o Sonrisas. La gente suele pensar que las bailarinas nos tenemos que cuidar obsesivamente. Por suerte, yo, gracias a Dios, nunca necesité cuidarme, así que siempre pude comer de todo. Desde muy chica mis favoritas fueron las Sonrisas. Los anillitos también me gustaban, pero las Sonrisas más. Después, cuando salieron las de mermelada de naranja en lugar de frambuesa, también las compraba. Pero las de frambuesa eran imbatibles para mí. También recuerdo con mucho cariño muchos de mis cumpleaños: la Chocotorta era muchas veces la torta elegida para soplar las velitas, la hacía mi hermana. Y no sólo con las Chocolinas, también las hacía con las Coquitas y Chocolinas combinadas. Ya de más grande, cuando me puse de novia con mi marido, me acuerdo que él me traía galletitas que todavía no se conocían, que se vendían en el kiosco que había en el hospital donde él trabajaba. Y una de las que más me sorprendió fueron las Tentaciones, con la gelatina que traían arriba. Él siempre me sorprendía con ese regalito. Son memorias que uno quizá ya las tiene naturalizadas pero que aparecen ni bien uno se pone a pensar. Siempre me llamó la atención, también, que el gusto que yo tenía por estas galletitas se mantiene hoy en mis hijos, como una costumbre que uno va transmitiendo de generación en generación, lo que demuestra la importancia de una marca que por algo tiene 150 años de vida. Son momentos muy especiales, desayunos, meriendas, encuentros con amigos. Las Surtido son un clásico de ese tipo de situaciones: estás con amigos y ¿qué comprás? Surtido, de Bagley. Ahí están todas. Mi hija Julieta tiene, en su cuaderno de comunicaciones, los **stickers** con frases que venían en las galletitas Amor, todos pegaditos ahí. Uno piensa en galletitas y te das cuenta de que tienen que ver con momentos muy especiales de la vida".

LOS ARGENTINOS
Y BAGLEY

ELEONORA CASSANO*

* *bailarina.*

CAPÍTULO 6

1914-1923

1914

INNOVAR PARA AVANZAR

1923

NO ERAN AÑOS FÁCILES

para las relaciones comerciales internacionales. La Primera Guerra Mundial sacudió al planeta desde el 28 de julio de 1914 y las consecuencias se empezaron a sentir en diferentes rincones del globo. Las importaciones argentinas, que habían crecido exponencialmente en las últimas décadas, cayeron un 40% en 1915 en comparación con las cifras de 1913 que había arrojado el Censo industrial de 1914.

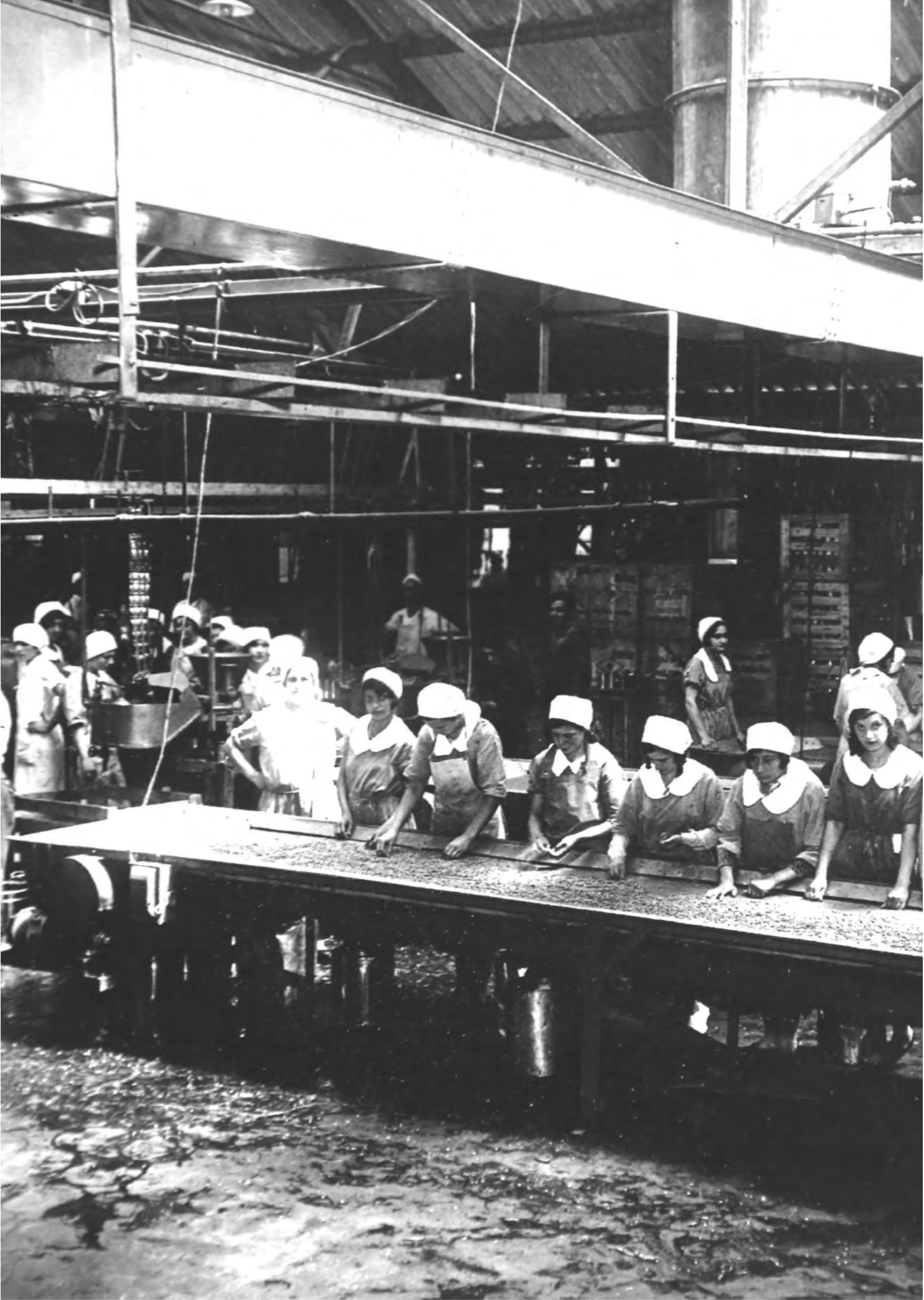
Desde 1913 y hasta el fin del conflicto bélico,

OCUPADOS. A pesar de las consecuencias que la Segunda Guerra tuvo en el comercio mundial, Bagley avanzaba firme y empleaba cada vez a más obreros. Aquí, dos imágenes tomadas en la década del '20, en las zonas de envasado de producto.

en 1918, fue notable la reducción de las importaciones de alimentos, materiales de construcción, artefactos metálicos, productos químicos, maquinarias y vehículos, y también de carbón y petróleo. Fue justamente la escasez de combustibles uno de los principales problemas que debió enfrentar la industria local por culpa de la guerra. El volumen importado en 1918 resultaba apenas un 20% del total importado antes del inicio del conflicto armado. >

UN PRESIDENTE ACTIVO

La gestión de Pedro F. Mosoteguy –un experimentado hombre de negocios– como presidente de Bagley SA fue clave para el desarrollo de la empresa en la primera mitad del siglo XX. Anteriormente propietario de La Unión, la fábrica de galletitas que se fusionó con Bagley en 1905, Mosoteguy guió el rumbo de la compañía durante nada menos que 31 años, período en el cual se concretaron importantes lanzamientos y sucesivas ampliaciones de la planta de Montes de Oca.



PESE AL CONTEXTO MUNDIAL

y sus repercusiones negativas en la Argentina, Bagley trazaba sus planes con mirada optimista y espíritu innovador. En septiembre de 1914, siete años después del descubrimiento del primer pozo de petróleo local en Comodoro Rivadavia, Chubut, la empresa resolvió adoptar este combustible a un nivel de consumo de 80 toneladas mensuales. Para ello, creó sus propios quemadores, implementos industriales que durante varias décadas funcionaron como modelo para diferentes reparticiones públicas.

Una vez finalizada la guerra, los niveles de las importaciones retornaron a las cifras previas a 1914, al mismo tiempo que el comercio con los Estados Unidos se incrementó a partir de la incapacidad de muchos países europeos de mantener sus niveles de exportaciones hasta estas tierras.

El gran ganador de la guerra reemplazaba así al país que había sido, hasta entonces, el gran proveedor de manufacturas de la Argentina: Gran Bretaña. Antes de iniciarse la década del '20, el 40% de las importaciones argentinas llegaban desde los Estados Unidos.

Las décadas que estaban por llegar supondrían nuevos desafíos que Bagley afrontaría como lo hizo en su primer medio siglo de vida, con productos de calidad y un enfoque siempre innovador. •

INDUSTRIA EN ALZA

La fuerte disminución en las importaciones que provocó la Primera Guerra Mundial no se prolongó el tiempo suficiente como para que el mercado interno debiera salir a suplirlas. Las estadísticas marcaban que la demanda de trabajadores seguía en ascenso: entre 1913 y 1918, el empleo en establecimientos industriales siguió creciendo, sobre todo en las grandes fábricas, donde la ocupación aumentó un 24% durante ese período.

ALIMENTOS DE UNA VIDA Y UN PAÍS

"Cuando repaso la lista de productos de Bagley y me pongo a pensar, me impresiona muchísimo. Uno recorre esta lista como un álbum de fotos y pareciera que las imágenes de cada momento de la vida que pasé están pegadas a cada uno de estos productos. Me impresionó mucho ver la lista. Empezando por la Hesperidina. La Hesperidina es algo que nunca supe bien qué era pero para mí tiene aroma a abuelo, a bisabuelo, a bisabuela. Entonces imagino a mis abuelos y bisabuelos inmigrantes en una cocina enorme y menos ventilada que las de ahora y con una botella de Hesperidina arriba de la mesa. De las galletitas tengo el recuerdo vivo de las Ópera, podría cantar, acompañado de una guitarra, aquel **jingle** de Ópera. Eran una verdadera tentación durante mi infancia. Siempre quería separar la oblea y comer primero el relleno, no sé por qué me gustaba degustarlas así. Otro clásico, para mí, son las Merengadas, toda la vida las comí de la misma forma: primero el relleno. Después aparecieron las Mellizas, Rumba y Amor, y me acuerdo perfecto la publicidad –creo que yo ya estaba en el secundario– que decía: "Las Mellizas que bailan la Rumba que son un Amor", algo así. Entonces cuando íbamos a una fiesta y si había dos chicas juntas parecidas, repetíamos esa frase y decíamos: 'Parecen las mellicitas que bailan la rumba que son un amor'.

Ya en democracia, en los '80, me acuerdo muy bien de la publicidad de los alfajores Blanco y Negro, me gustaba eso de equipararlos, de buscar un mensaje en el que lo blanco y lo negro tuvieran el mismo valor. Siempre fui un tipo muy idealista y por eso rescataba eso, lo veía de esa forma. Otra publicidad que me genera un recuerdo fuerte es la de Traviata y sus 23 agujeritos.

Queda muy claro que Bagley es una empresa que generó trabajo a la Argentina, que generó dignidad: trabajo es dignidad. Alimentó a un país. Por eso, es imposible ver sólo un listado de productos. Es una lista de vida".

LOS ARGENTINOS
Y BAGLEY

JUAN CARR*

** activista social, titular de Red Solidaria.*

COMPAÑERO DE EMOCIONES

En febrero de 1976, un joven nacido en Rafaela, Santa Fe, cruzaba la segunda frontera de su vida. Rumbo a Villa Mercedes, San Luis, abandonó la casa familiar de Laboulaye (Córdoba) para seguir su sueño: estudiar Ingeniería química en la Facultad de Ingeniería y Administración de la Universidad de San Luis (UNSL).

Aunque iniciaba la carrera que lo convertiría en un gran profesional, no fueron fáciles aquellas épocas de universitario para Horacio José Cavallero.

"Fueron algo duros esos años porque no había muchas comodidades para los estudiantes que veníamos de otras provincias. Yo estaba solo y vivía en una pieza bastante pequeña que compartíamos con otros estudiantes y trabajadores", recuerda Cavallero, 56 años, Ingeniero de Mejoras y Procesos de la planta de Bagley en Villa Mercedes, ocupa el cargo desde 2005, año en que nace Bagley Latinoamérica, producto de la fusión entre Arcor y Danone.

Cursaba el último año de su carrera cuando, a través de la radio, Cavallero escuchó una convocatoria que le cambiaría la vida. "Era octubre de 1980 y escuché que buscaban analistas de laboratorio para la planta. Nos presentamos con otros dos compañeros y fuimos seleccionados luego de varias entrevistas".

Cuatro días antes de que la primera galletita saliera de la nueva fábrica, Cavallero entró a la compañía para inaugurar un legajo que se sigue enriqueciendo 33 años después. "Ingresé el lunes 10 de noviembre de 1980 como Analista Senior de Calidad en el Laboratorio. Me desempeñé en ese puesto por un año y en 1981 fui promovido a Jefe de Inspectores de Control de Calidad en Planta, hasta 1989".

Luego, hasta 1996, fue Asesor Técnico del Jefe de Departamento de Elaboración, con funciones en el área Tecnológica. Ese año fue trasladado a la planta matriz en Buenos Aires para ser parte de la implementación del sistema ISO 9000. Una vez finalizada la misión, regresó a Villa Mercedes para concluir el montaje y puesta en marcha de la Línea N°5 con productos Crackers. Entre 2003 y 2004, antes de ser designado en su actual cargo, fue promovido a Jefe de Unidad de Trabajo de Líneas Crackers con responsabilidades sobre las Líneas N°2 y N°5 de dichos productos.

HORACIO JOSÉ CAVALLERO
Ingeniero de Mejoras y Procesos en la planta de Villa Mercedes, San Luis.
56 años, 33 en Bagley.

MÁS DE TRES DÉCADAS DE HISTORIAS

La década del '80 ha dejado varios recuerdos imborrables en la memoria de Cavallero. "Durante la guerra de Malvinas, me tocó la responsabilidad de supervisar el correcto cargado de los productos que Bagley donó a nuestros soldados: dos camiones de galletitas. Recuerdo los sentimientos que pasaban por mi cabeza: ¿En qué situaciones consumirán estas galletitas? ¿En las islas, en el continente, en algún campamento, en alguna trinchera? Pensaba en la tremenda situación de vida que estaban sobrellevando", rememora.

Otro momento inolvidable para Cavallero fue la visita del entonces presidente de la Nación Raúl Alfonsín, el 1º de junio de 1984. "Conservo una foto donde se ve la figura de él con algunos políticos locales y también estoy yo asomándome entre la multitud que lo quería saludar", cuenta.

SEÑOR PRESIDENTE. Un recuerdo imborrable para Cavallero (de bigotes y delantal): la visita de Alfonsín.

Hubo otra historia que movilizó a Cavallero y que refleja el valor que le otorga al compañerismo. En 1987, se convirtió casi en preparador físico de Simón Escobar, un boxeador que había interrumpido su carrera para trabajar en Bagley. "Junto con otro compañero decidimos ayudar a Escobar. Su situación económica no era muy favorable ya que tenía una familia numerosa y por eso había decidido volver a boxear. Para ayudarlo lo acompañaba a trotar unos 15 kilómetros todos los días, antes de la jornada laboral", recuerda Cavallero. Meses después, el 20 de marzo de 1987, Escobar venció por nocaut técnico en el décimo round a Miguel *el Puma* Arroyo y se consagró campeón argentino de los *welter*, en un combate que se desarrolló en Villa Mercedes. En 33 años de trayectoria en la compañía, Cavallero ha sobrevivido a muchas crisis también. "Desde 1980 hasta la fecha hemos superado numerosas crisis socioeconómicas en el país. En los momentos más difíciles siempre se observó un acompañamiento de la empresa hacia las necesidades del empleado. Hubo notables disminuciones en la cantidad necesaria de kilos de producción por bajas en las

ventas pero la empresa no suspendió a nadie aún cuando las líneas de producción quedaban totalmente detenidas por algunos días. La gente se ocupaba en tareas no productivas de limpieza y reacondicionamiento de los equipos y de la estructura edilicia".

Por suerte las alegrías fueron muchas. Y nuevamente tuvieron que ver con la buena relación que el ingeniero fue forjando con sus compañeros. "Viví un momento de máxima alegría cuando me gradué, el 19 de diciembre de 1981. Recuerdo muy vivamente las manifestaciones de alegría y felicitaciones de todos mis compañeros cuando llegué a trabajar después de la defensa de la tesis, que versaba sobre las Líneas 1 y 2 de la planta". El regreso a la democracia, en 1983, también provocó un cambio de clima en la planta. "Fue muy festejado y disfrutado por los empleados, ya que se percibía claramente el cambio de vida", comenta.

TECNOLOGÍAS, ENSEÑANZAS Y MUNDIALES

Graduado en un Master en Dirección de Empresas en la Escuela Internacional de Negocios de América Latina (EIN), en Mendoza en 1994, Cavallero aporta una interesante mirada sobre los progresos tecnológicos que fueron sucediendo a lo largo de estas más de tres décadas.

"Los principales cambios fueron en la tecnología informática. Aún conservo carpetas de trabajo con cientos de informes realizados con máquina de escribir e inclusive algunos manuscritos. Trabajábamos con una calculadora de bolsillo", recuerda el ingeniero. "Si bien la planta fue de avanzada para su época, definitivamente los progresos tecnológicos modificaron la forma de trabajo".

Pero Cavallero ha sido mucho más que un privilegiado testigo de la evolución tecnológica de la planta de Villa Mercedes. "Mientras me formaba y adquiría mayor experiencia, mi principal aporte a la empresa fue trabajar activamente en el logro de una producción eficiente y con calidad", explica quien siente el valor del rol que ocupa para las nuevas generaciones: "Mi gran contribución es transferir este conocimiento y experiencia a los nuevos profesionales que ingresan".

Este 150º aniversario revivirá muchos instantes de la vida de Horacio José Cavallero en Bagley. Incluso aquellos que con el Mundial Brasil 2014 recrearán situaciones de gritos, abrazos y lágrimas que el ingeniero presenció cada cuatro años, cuando el país se paralizaba y la pelota se ponía a rodar. Los televisores en el comedor serán un rito ya conocido para él, que va por su noveno mundial en la empresa.

CAPÍTULO 7

1924-1933

1924

VARIAR PARA CRECER

1933

A MEDIADOS

de la década del '20, la industria argentina intentaba estabilizar su progreso luego de las consecuencias que la Primera Guerra Mundial provocó en algunos rubros.

En 1927, ante la creciente importancia que fue tomando la elaboración de dulces Bagley, se decidió ampliar la línea incorporando sabores al de naranja. Al mismo tiempo, la compañía inauguraba dos categorías de producto: conservas y encurtidos. Para cumplir con ese objetivo, la empresa compró las instalaciones de la firma Viuda de Lovett y Cía.

La diversificación, de todos modos, no implicó abandonar los orígenes y el portfolio de galletitas siguió exhibiendo el espíritu innovador que guiaba a Bagley. A las Lola y

CONQUISTAR EL PAÍS. La primera posguerra fue una época de expansión. Surgieron los primeros alimentos en conserva y, al mismo tiempo, representantes de Bagley (claramente identificados) recorrían todo el territorio argentino para ofrecer el cada vez más diversificado portfolio de productos.

las Mitre, por esos años se sumaron nuevas etiquetas: 1900, Bijou, Tertulia, Milanesa, La Inglesa y la Reina de las Galletitas.

También se adquirieron nuevas máquinas e instrumentos de elaboración. Ese proceso llevó a planificar un edificio funcionalmente integrado, cuya construcción se realizó en la misma manzana de la fábrica de galletitas, con frente a General Hornos al 300 (328-370) y con un total de 7.536 metros cuadrados.

En las nuevas instalaciones –concluidas en 1929– se construyeron y habilitaron espacios más amplios destinados a la elaboración, envasado y almacenamiento pero también a los diversos servicios sociales que la compañía inauguró para beneficio de sus empleados. >

HESPERIDINA BAGLEY

FABRICADA DESDE 1864

EL GRAN APERITIVO NACIONAL

Por estar compuesto de cáscaras de naranjas amargas seleccionadas, es el licor maravilloso que no sólo devuelve la gana de comer, sino que prepara el estómago para recibir toda clase de alimentos, poniéndolo en disposición de evitarle todas las molestias que ocasiona una mala digestión. Una copa de

HESPERIDINA BAGLEY

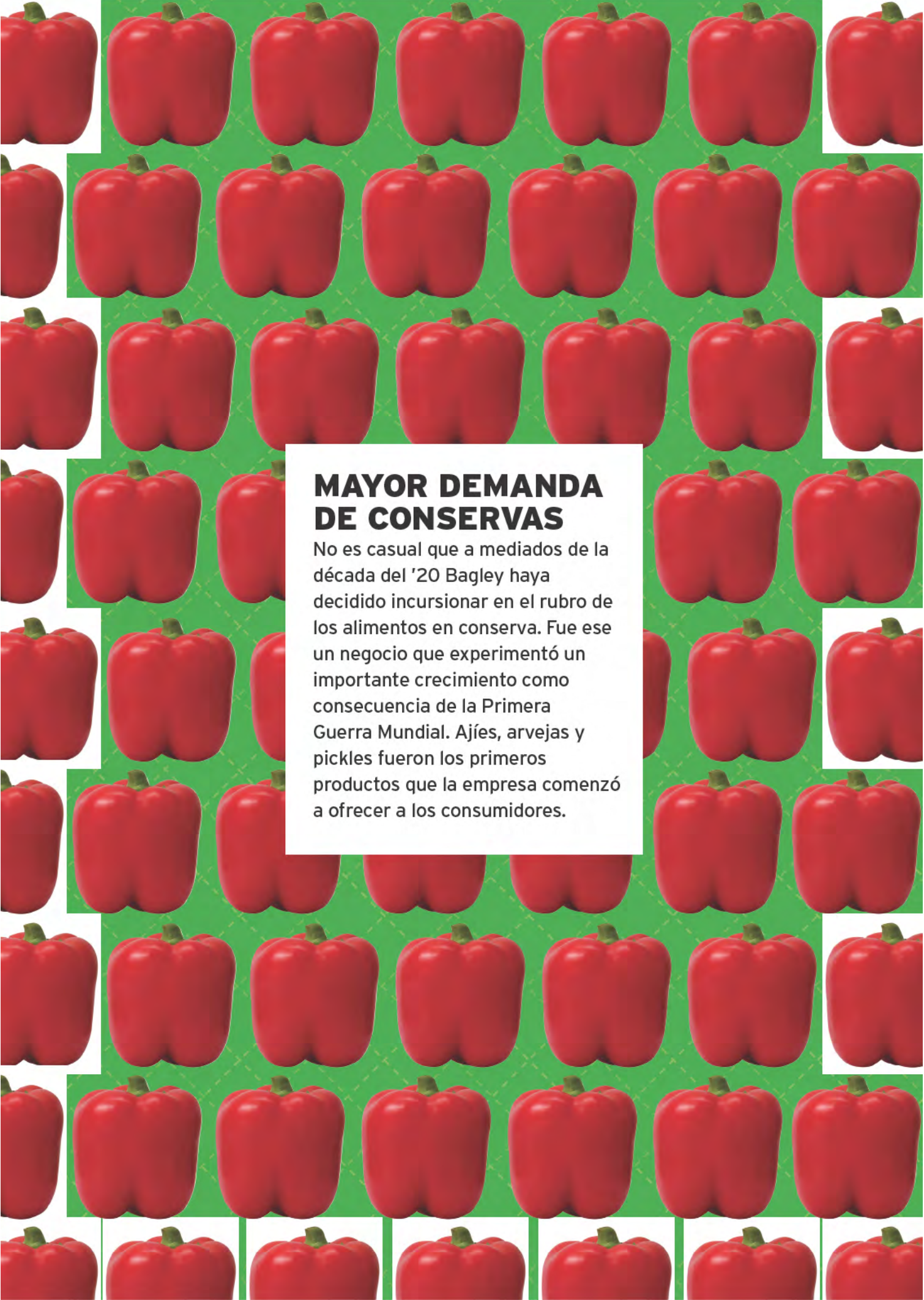
antes de cada comida, será el crónometro de su organismo.

PIONERA EN BENEFICIOS

Uno de los rasgos que distinguió siempre a Bagley fue los beneficios sociales que la compañía le brindaba a sus empleados. A mediados de la década del '20 ya contaban con servicio médico, a cargo de profesionales de prestigio que trabajaban dentro de la misma planta. Además, el personal tenía su propio comedor y participaba de capacitaciones constantes. Como si fuera poco, mucho antes que se aplicara a partir de una política estatal, Bagley fue una de las primeras empresas en darle vacaciones pagas a su fuerza laboral.

UTILÍSIMA

En 1924, Bagley publicó el Librito de las cosas útiles y valiosas, que otorgaba soluciones prácticas y caseras para diferentes situaciones de la vida cotidiana. Entre otros contenidos, el libro incluía los 10 méritos insuperables de Hesperidina, un decálogo que explicaba por qué era el aperitivo nacional. El primer mérito rezaba: "El ser la Hesperidina un tónico general, por lo que ayuda a mantener las energías vitales en excelentes condiciones de esfuerzo y resistencia permanentes".



MAYOR DEMANDA DE CONSERVAS

No es casual que a mediados de la década del '20 Bagley haya decidido incursionar en el rubro de los alimentos en conserva. Fue ese un negocio que experimentó un importante crecimiento como consecuencia de la Primera Guerra Mundial. Ajíes, arvejas y pickles fueron los primeros productos que la empresa comenzó a ofrecer a los consumidores.

Weather
Continued Rain

DECATUR EVENING HERALD

50TH YEAR 24 Pages — Decatur, Illinois. TUESDAY EVENING October 29, 1929 — THREE CENTS

WALL STREET IN NEW PANIC

LAKE FREIGHTER SINKS CLAIMING LIVES OF EIGHT

Coast Guardsmen Fight Waves to Save 66 From Drowning

20 DISASTER IN WEEK

Captain of 40 Years Old Steamer Goes Down as Ship Flounders

KENOSHA, Wis., Oct. 29—The second big shipwreck on Lake Michigan within a week claimed eight lives Tuesday while coast guardsmen fought their way through mountainous waves to save 66 others from the 40 years old steamer Wisconsin after it had foundered in a storm 12 miles off the coast.

SENATOR BURTON, LONG LEADER OF OHIO POLITICS AND FRIEND OF PRESIDENT HOOVER IS DEAD

WASHINGTON, Oct. 29.—Senator Theodore E. Burton, of Ohio, for years a Republican leader and close personal friend of President Hoover, died at his home here Monday night.

He was 73 years old and had been in poor health for the past year. Although confined to his home for weeks he maintained his vital interest in legislative matters and kept in close touch with his office until only a few days before his death.

Senator Watson Ordered to Take Rest in Florida

WASHINGTON, Oct. 29.—Senator James E. Watson of Indiana, Republican floor leader, in retiring from party leadership in the Senate temporarily, and is leaving Thursday for Florida on orders of physicians for a three weeks' rest.

OHIO SENATOR DEAD

SEN. T. E. BURTON

NOKOMIS TRIP RIDER KILLED

Popular Young Miner Thrown Under Wheels of Speeding Cars

NOKOMIS, Oct. 29.—Harry Bond, 31, trip rider in the Wyoming mine of the Indiana & Illinois Coal Corp., was instantly killed Tuesday morning when he was thrown from his car under the wheels of a string of speeding coal cars in the mine. Bond, who had lived in Nokomis since Wyoma mine opened, was considered an expert trip rider and one of the most dependable positions in a mine.

He leaves his wife and two children.

FEAR SAFETY OF AIR LINER WITH FIVE ON BOARD

Southwest Joins in Second Great Search in Three Months

NEAR T. A. T. DISASTER

LOS ANGELES, Oct. 29.—The Southwest's second great air hunt within three months started at dawn Tuesday when planes took the air from Los Angeles and Albuquerque, N. M., to search for the Western Air Express passenger liner feared lost near the rugged Arizona-New Mexico state line.

Two pontoon and a crew of three were aboard the plane when it took off from Kingman, Ariz., at 7:28 a. m. Monday after refueling on its flight from Los Angeles to Albuquerque.

The plane was seen over Adamana and again over Winslow, Ariz. Some 100 miles west of Albuquerque, but from Navajo on its course remained a mystery.

JOHN ROACH STRATON, NOTED FUNDAMENTALIST AND PASTOR OF CALVARY CHURCH IS DEAD

NEW YORK, Oct. 29.—Dr. John Roach Straton, noted fundamentalist minister, died at Clifton Springs, N. Y., according to word received at his residence here Tuesday.

Heart disease was given as the cause of death.

Straton, pastor of the Calvary Baptist church, had been in ill health since May. His wife was at the bedside.

FUNDAMENTALIST DIES

DR. JOHN R. STRATTON

BELIEVE MAN WAS KILLED AND BODY PLACED ON TRACKS

SPRINGFIELD, Oct. 29.—That an unidentified man, struck by an interurban car near here Monday night, may have been murdered and his body laid on the tracks in an attempt to cover up the crime, was a theory investigating by Coroner E. A. Dye here Tuesday.

The man was sprawled across the tracks when struck by the Springfield-Danville flyer at the Illinois Traction complex. Motorman J. E. Anderson said he did not see the man until he was within 100 feet of him. The prior of the car shaved the man's head off the rails.

AUTO LICENSES SET NEW TOTAL

1,615,000 Issued to Bring $17,000,000 to State Road Fund

SPRINGFIELD, Oct. 29.—Hard roads in Illinois will benefit to the extent of approximately $17,000,000 from sale of automobile licenses this year, according to figures obtained at Secretary of State William J. Stratton's office here Tuesday.

Licenses issued this year set a new high record. Approximately 1,615,000 more licenses were sold in 1929 as compared with 1928. This gain represented $1,115,000 in increased revenue.

On Oct. 1 the number of 1929 licenses totaled 1,615,000 of which 1,410,000 were for passenger cars and 250,000 for trucks. These licenses netted the state $16,849,000. The total

Bankers Finally Bring Selling to Halt Three Minutes Before Closing

Additional Staggering Losses Marked Against Even Strongest Issues at Close of Greatest Trading Day in History

NEW YORK, Oct. 29—Millions of dollars in backing from bankers, and statements of confidence from financiers, applied brakes to the stock market at the close Tuesday and prices swung upward in the last three minutes of trading.

But the rally was ended by the gong which closed the greatest day in the market's history and the books were closed with additional staggering losses marked against even the strongest issues.

Shortly after 1 p. m. prices were down 1 to 50 points on both the big board and the curb or "unofficial" exchange, with some lows for the year or longer established in many shares. The actual value loss was tremendous, totalling upwards of $30,000,000,000, since little terrific downward movement started a few days ago.

Sidelights

NEW YORK, Oct. 29—The Curb Exchange Tuesday announced suspension of John J. Bell & Company, the firm having announced failure to meet engagements.

Stockholm Bourse Has "Black Day"

STOCKHOLM, Sweden, Oct. 29 — The Stockholm Bourse experienced a "black day" as stocks went down in coincidence with slumps in Swedish shares on the New York and London exchanges.

Suspend Trading In Trans-America

SAN FRANCISCO, Oct. 29—Trading in Trans-America stock was suspended on the floor of the San Francisco Stock Exchange Tuesday.

As the market opened the following message was carried on the ticker:

"Unless Floor brokers may not accept any additional orders in Trans-America that the book may be established."

Bankers Move to

LEJOS DEL PÁNICO. Mientras Wall Street explotaba, Bagley incorporaba maquinaria para no detener su progreso.

> EL CRECIMIENTO SOSTENIDO

en la oferta de productos puso a Bagley de cara a una década signada por una revolucionaria transformación de los procesos de producción a nivel mundial. Siempre atenta a la evolución industrial en los países más avanzados, durante los años '30 la compañía siguió con interés los resultados que experimentaban los grandes fabricantes de maquinaria en Gran Bretaña y, también, en los Estados Unidos.

Pese a los coletazos de la crisis financiera que explotó en Wall Street en 1929 y el golpe de estado que sufrió el presidente constitucional argentino Hipólito Yrigoyen el 6 de septiembre de 1930, la incorporación de modernos equipos de producción significó uno de los hechos más relevantes de la época para la empresa, hasta que el estallido de la Segunda Guerra Mundial, en 1939, comenzó a poner algunas barreras a este avance tecnológico. •

LOS ARGENTINOS
Y BAGLEY

AGUSTÍN PICHOT*

** exrugbier y capitán de Los Pumas, empresario.*

EL RESCATE DE LO AUTÉNTICO

"Sin dejar de lado la carga sentimental que siempre está latente, el reencuentro con los momentos especiales de la infancia me ayudan a no olvidar lo que soy, de dónde vengo. Es como mantener viva la esencia. La familia, los amigos, los afectos más profundos, lo auténtico que hay dentro de uno. Ese es mi sustento. Y en la recopilación de las 'imágenes' de la película de mi vida, aparece espontáneamente la complicidad con mi abuelo Juan. Él tenía un kiosco de revistas y golosinas en la estación de Martínez, mi barrio. Ir a visitarlo era el mejor programa que podía tener, fuera del club y el rugby. Se trataba de 'mis momentos'. La rutina era sencilla, pero apasionante. En época de colegio, todas las tardes que podía, agarraba la bicicleta y pedaleaba ansiosamente hasta mi rincón en el mundo. La sonrisa de mi abuelo era la bienvenida, y lo primero que hacía era pedirle permiso para agarrar un alfajor, siempre mis favoritos, no había otra opción: los Bagley. Negro o Blanco, según el ánimo. Pero eso no era todo, porque el alfajor era el complemento ideal para lectura de las revistas importadas: Surfer o Thrasher. ¡Tenía devoción por esos alfajores y esas revistas! Pero la aventura no terminaba ahí, porque cuando mi abuelo no se daba cuenta, cargaba los bolsillos con otro de mis tesoros: los Tubby. ¿Quién no tarareaba aquel jingle? 'Yo soy un Tubby, que andaba solo...'. Me reconozco un 'adicto' a las golosinas, desde siempre, y los alfajores Bagley siguen estando en lo más alto de ese ránking. Y no todo queda ahí, porque hoy, si me dan a elegir una torta, no lo dudo: pido una Chocotorta. ¡Qué buenos recuerdos! Lo bien que la pasaba en aquellas escapadas al kiosco de mi abuelo ahora de grande los productos de Bagley me permiten revivir esos momentos inolvidables y, a la vez, no olvidar lo que siempre fuimos. El valor de lo auténtico".

CAPÍTULO 8

1934-1943

1934

VISIÓN DE LARGO PLAZO

1943

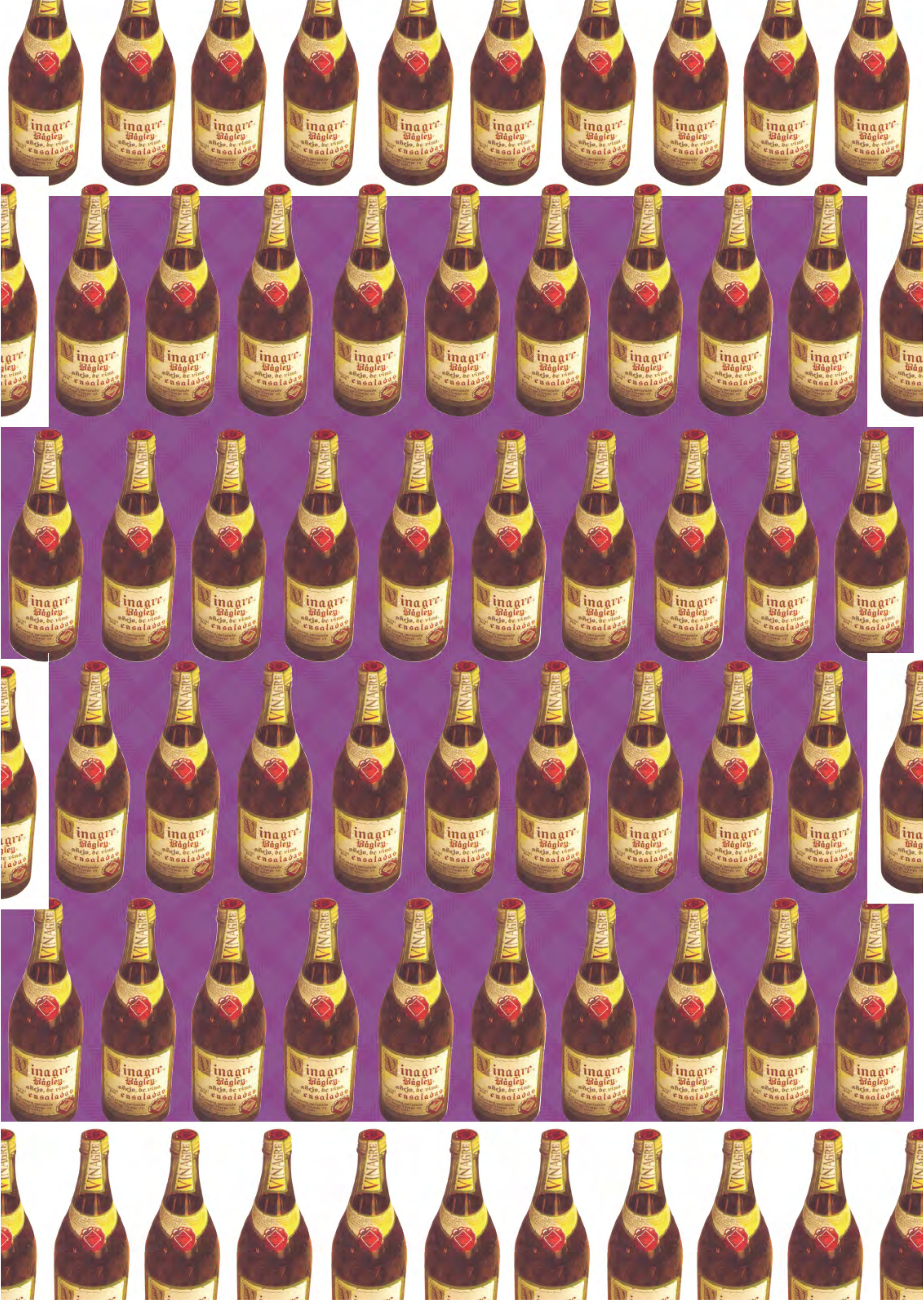
MODERNIZACIÓN. El sistema de hojalatería que Bagley montó en la planta de Montes de Oca resultó absolutamente de avanzada para la época.

PESE A LAS CONSECUENCIAS

socioeconómicas provocadas por la Segunda Guerra Mundial y aún sin saber cuándo concluiría el conflicto, la apuesta al largo plazo nunca dejó de ser el rasgo principal de las decisiones que los hombres fuertes de Bagley tomaron en tiempos difíciles.

Al poco tiempo de inaugurada, la línea de elaboración de encurtidos y alimentos en conserva fue engrosando su oferta gracias al moderno sistema de hojalatería que se montó en la planta de Barracas.

Primero fueron las frutas al natural (ananás, membrillos, duraznos, peras y tomates) y luego, hacia 1936, llegaron los vinagres de manzana, alcohol y vino, y los postres marca Jelina. La década no terminaría sin otro lanzamiento que fue protagonista de la mesa de los argentinos: las latas de dulce de membrillo y batata. >


VINAGRE
Vinagre
Bágley
añejo, de vino,
ensaladas

„Lolita"

REMA
DE
EMBRILLO
SIENDO DE
Bágley
ES BUENO
BÁGLEY
INDUSTRIA ARGENTINA

LA PERMANENTE BÚSQUEDA

de estándares internacionales de calidad llevó a Bagley a encarar inversiones de largo alcance. Con ese objetivo, adquirió la licencia local de Crosse & Blackwell, la firma líder en alimentos en conserva fundada en 1706 en Gran Bretaña.

A partir de esta compra, Bagley comenzó a comercializar varios productos de Crosse & Blackwell: coliflor y alcaparras en mostaza o vinagre, pimienta de Cayena, coco rallado y otros extractos y especias.

Para completar la oferta de productos en conserva, Bagley también decidió la compra de Douglas, otra reconocida compañía del rubro. Así conformó los tres pilares para conquistar a los consumidores de este tipo de alimentos: Bagley, Crosse & Blackwell y Douglas.

Los avances de la compañía en el rubro de las conservas lejos estaban de implicar un abandono del negocio que había consolidado el crecimiento de Bagley en las últimas décadas. A las ya exitosas Ópera y Lola, la compañía le sumó nuevas propuestas para los refinados consumidores de galletitas de la época. Siempre envasadas en elegantes latas decoradas, llegaron Surtido, Tentaciones y Visitas, tres marcas más para conquistar el paladar local. Sin embargo, las novedades significarían apenas un prólogo del lanzamiento que cambiaría hábitos en los hogares argentinos. El 12 de agosto de 1943 será, por siempre, una fecha clave en la historia de Bagley: se lanzan al mercado las Criollitas. Livianas, crocantes y sabrosas, rápidamente se convierten en un clásico. •

LA PRIMERA GELATINA

Jelina, la etiqueta de postres que Bagley lanzó al mercado a mediados de la década del '30, fue uno de los primeros exponentes de lo que después se conoció como gelatina. La innovación no se limitaba al alimento, dado que las cajas de Jelina incluían folletos con una estrategia desconocida para la época: la difusión de recetas para utilizar el producto en deliciosas preparaciones.

LA PASIÓN AL SERVICIO DE LA CALIDAD

Horacio Rubén Cuiule no había cumplido 20 años cuando ingresó a Bagley. Conocía a la empresa como todos los argentinos: desde chico, sus productos lo acompañaban habitualmente en desayunos, meriendas y en esos momentos en que una galletita se convierte en la salvación para un ataque de hambre.

Por esos años, Cuiule ya portaba orgulloso su título de Técnico químico, planificaba su carrera universitaria como ingeniero y caminaba su Avellaneda natal con el objetivo de cualquier adolescente recién egresado del colegio secundario: conseguir su primer trabajo para ayudar en su casa y, además, solventar sus estudios. La lectura de los clasificados era un ejercicio habitual hasta que llegó ese día tan esperado.

"Me presenté en la agencia que decía el aviso y luego de algunas entrevistas y una prueba de conocimientos químicos fui seleccionado para comenzar a trabajar en la planta de Barracas, en Montes de Oca 169", narra Cuiule, cuya incorporación a la empresa como inspector de Calidad se dio en dos etapas: primero en julio de 1989 y finalmente el 2 de octubre de ese mismo año, fecha en la fue efectivizado.

Desde ese momento, cobraron otra dimensión las galletitas Colegial que comía camino a la escuela. Lo mismo las Surtido Bagley que compartía con sus hermanos durante la merienda hogareña.

"Cuando ingresé en la empresa pensé que quizás en poco tiempo me cansaría de comer galletitas, pero hasta el día de hoy sigo consumiéndolas. Ahora, casi 25 años después, en compañía de mi mujer y mis tres hijos: Juan, Agustín y Sebastián".

HORACIO RUBÉN
CUIULE
Gerente de Operaciones
Industriales e
Investigación y Desarrollo.
44 años, 24 en la
compañía.

BIENVENIDO AL MUNDO DE "LA GALLETA"

Cuiule, que desde mayo de 2013 se desempeña como gerente de Operaciones Industriales e Investigación y Desarrollo, no tiene que hacer demasiada memoria para que aquel primer día de trabajo se le aparezca en la mente: "Ingresé 7:30 am, luego de una presentación del equipo de jóvenes que teníamos el mismo rol en el área de Calidad y Procesos, hice una recorrida por la planta con un compañero para comenzar a conocer el mundo de 'la galleta', como la llamamos hasta el día de hoy. Entre las principales tareas que teníamos en planta en aquellos años se destacaban controlar el peso de paquetes, fechado, humedad de la galleta, temperatura de masas, cerrado correcto de paquetes y cajas, etc.".

La profusa trayectoria que Cuiule inició en 1989, sin embargo, tuvo algunos tragos difíciles de digerir. Su llegada a la compañía, por ejemplo, coincidió con épocas turbulentas para el país. "Hiperinflación, recesión. El contexto era muy duro y la empresa tuvo que realizar suspensiones semanales para sostenerse ante la crisis y mantener las fuentes de trabajo. Por ese tiempo también ayudó mucho el comercio exterior, principalmente la exportación de galletitas crackers de agua a Angola", relata Horacio.

El clima interno resultó clave para que las adversidades se pudieran sobrellevar sin peores consecuencias. "Éramos un grupo muy unido de jóvenes que rotábamos haciendo la inspección en planta y en la calle con los clientes. Actualmente seguimos siendo amigos. En un clima muy cordial, se vivía como una continuidad de la secundaria, mientras se aprendía muchísimo de los tecnólogos y expertos".

Según Cuiule, ese compañerismo no hubiera sido suficiente sin la contención que brindaba la propia empresa: "Estas crisis se vivían con inseguridad y tristeza por lo que nos pasaba como sociedad. Pero en Bagley sentí apoyo y demostración de la importancia que se le daba al buen clima laboral a pesar de las dificultades. Siempre el mensaje que recibimos fue de apuesta a futuro, crecimiento y liderazgo".

CALIDAD DE EXPORTACIÓN

Ya en junio de 1990, Horacio fue ascendido a analista de Tecnología en Procesos, y en julio del año

siguiente llegó otra promoción: lo nombraron analista Senior de Laboratorio. Siempre con la calidad como meta primordial, el ingeniero químico recorrió con eficiencia varios cargos: tecnólogo en la División Golosinas (1992-1994), encargado de planta de Dulce de leche (1995), jefe de Proyectos de la Dirección de Investigación y Desarrollo (1996-2001), jefe de Grupo de esa misma dirección (2002-2004).

En enero de 2005, debió enfrentar un gran reto, que se convirtió en una enriquecedora experiencia profesional y personal. "Cuando definimos el desafío de asumir la Gerencia de Investigación y Desarrollo en Bagley do Brasil fue un acontecimiento muy importante para mi vida familiar. Sinceramente, fueron 3 años muy interesantes en todo sentido. Con mi familia tenemos el mejor de los recuerdos, hemos cosechado nuevas amistades, siempre con el apoyo de la empresa".

En 2008, Cuiule regresó al país para hacerse cargo de la Gerencia de Investigación y Desarrollo, hasta que el año pasado tomó su rol actual, que se reparte entre las plantas de Salto, Córdoba, Totoral y Villa Mercedes.

Fueron casi 25 años repletos de alegrías, algunas tristezas y muchas historias de superación, compromiso y confraternidad. "Me producen satisfacción y alegría el crecimiento profesional de mis colegas y equipos, los desafíos permanentes, las nuevas plantas como Salto II, la regionalización de Bagley en América latina y el liderazgo en la Argentina".

Nada hubiera sido posible sin la calidad e innovación de los productos y las marcas de Bagley. Pero tampoco sin el esfuerzo y la dedicación de cientos de personas como Horacio Cuiule, que ha pasado más de la mitad de su vida en la empresa. "Durante mi carrera en Bagley han ocurrido muchas cosas en lo social, personal y profesional. Entre las más importantes, por supuesto, destaco la conformación de mi familia, y mi desarrollo como profesional, en gran parte atribuible a todas las oportunidades que tuve en Bagley y a personas que marcaron una huella en la empresa y en mí. Siempre me sentí muy acompañado por la "familia Bagley" . Por otro lado siempre que tuve que liderar un equipo me encontré con personas con alto grado de compromiso y profesionalismo. Pude trabajar con pasión, compromiso y con la satisfacción que se genera cuando uno hace aquello que le gusta". Y eso no es poco.

CAPÍTULO 9

1944-1953

1944

CRIOLLITAS: NACE UN SÍMBOLO ARGENTINO

1953

LA FUERTE INDUSTRIALIZACIÓN

que experimentó el país en la década del '40 encontró a Bagley en una posición de privilegio gracias a sus casi ocho décadas de experiencia, su sesuda apuesta por la investigación de los avances tecnológicos globales y su ambiciosa política de inversiones permanentes.

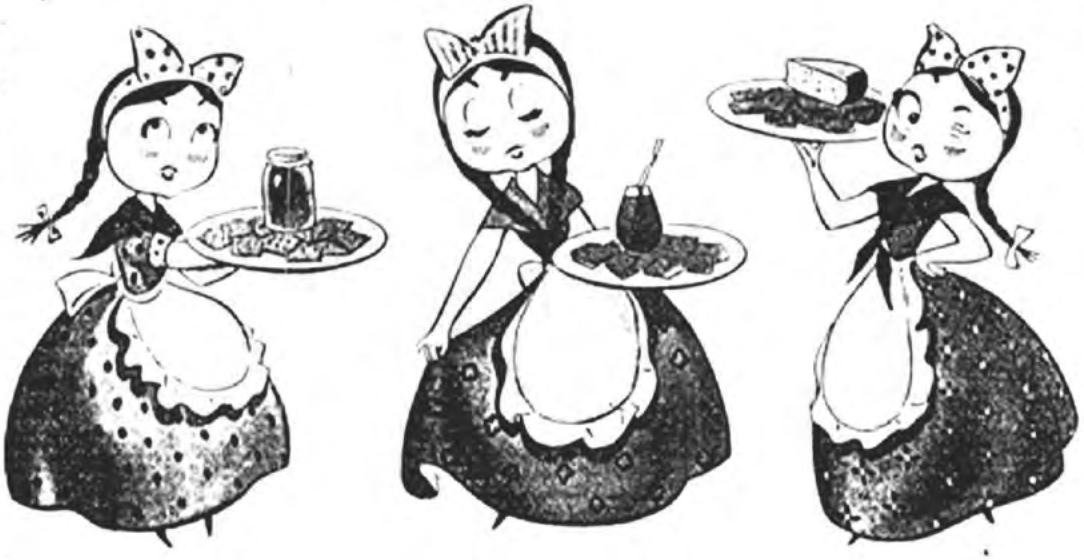
A la vanguardia de sus competidores, la compañía pudo completar entonces una profunda renovación de las instalaciones y los equipos de elaboración durante aquellos años. Importa-

AQUÍ NACEN LAS CRIOLLITAS. Dos fotografías del proceso de fermentación de la masa de las galletitas que aparecieron a mediados de la década del '40. A la izquierda, en la planta de Barracas, a comienzos de los '60; en esta página, una imagen actual de la cámara de fermentación en Villa Mercedes, San Luis.

das desde los Estados Unidos y Gran Bretaña, las flamantes maquinarias se integraron con naturalidad a los nuevos medios de producción de la empresa.

Las características de los nuevos sistemas y el objetivo de seguir innovando determinó la construcción del nuevo edificio en el mismo terreno ubicado sobre la calle Montes de Oca, iniciada en 1949 y cuya inauguración se concretó en julio de 1953. >

Sabrositas...las "Criollitas"!

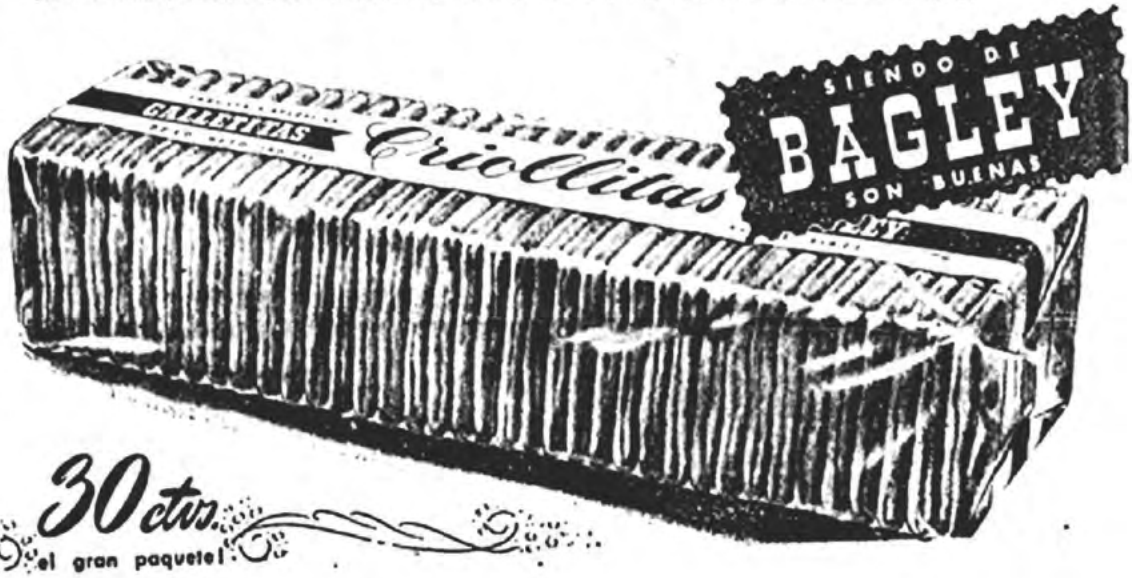


Las galletitas "Criollitas" son livianas y sequitas... (Resultan muy apropiadas con dulces o mermeladas!)

Para el mate? Lo mejor! Son hechas que "ni de encargo"... (Por su original sabor, que no es dulce ni es amargo!)

En la mesa, las "Criollitas" resultan muy exquisitas... (Con queso o jamón, también, "Criollitas" quedan MUY bien!)

...y cuestan sólo 30 centavos el gran paquete! (Menos de 1 centavo cada galletita!) Pídalas hoy mismo a su proveedor, y conocerá las galletitas que Vd. esperaba: de sugestivo gusto criollo, con olor y sabor a "recién saliditas del horno"! Alimenticias pero livianas; buenas pero económicas: así son las "Criollitas", nuevo creación de Bágley!



30 cts. el gran paquete!

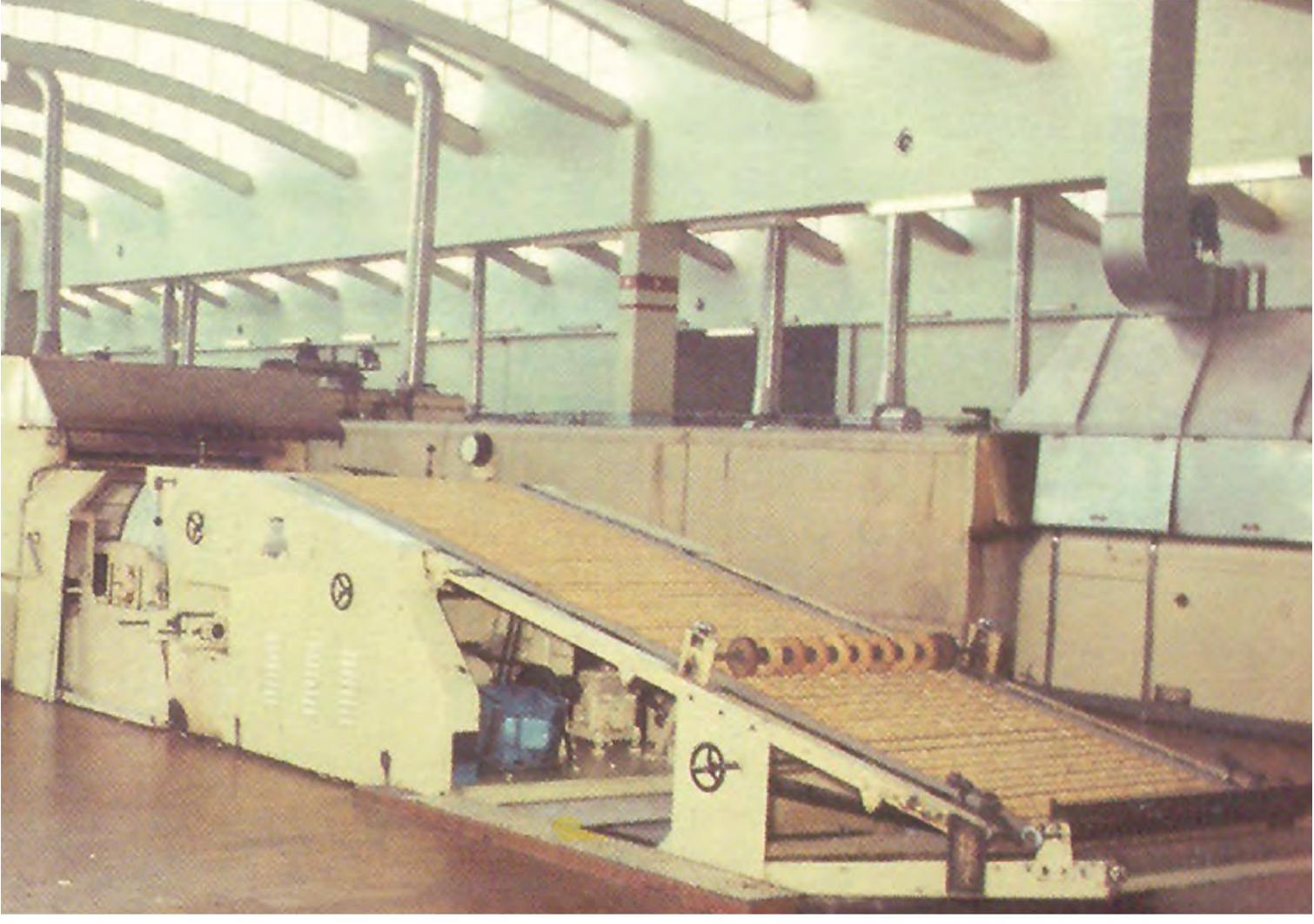
SECRETOS QUE LA HACEN ÚNICA

Su receta, amasado y fermentado son los secretos esenciales para lograr que Criollitas sea un producto de características y calidad única. Su liderazgo y su constante comunicación han transformado a la marca en un verdadero genérico que identifica a las crackers, un logro que muy pocas marcas han alcanzado en categorías como las hojas de afeitar, los calmantes para los dolores de cabeza o los bolígrafos.

NO TAN SIMPLE. El proceso de elaboración de las Criollitas implica cuidadosos detalles que han convertido a este producto en una galletita que hace honor a esa vendedora frase que las calificaba como "livianitas y sabrositas".

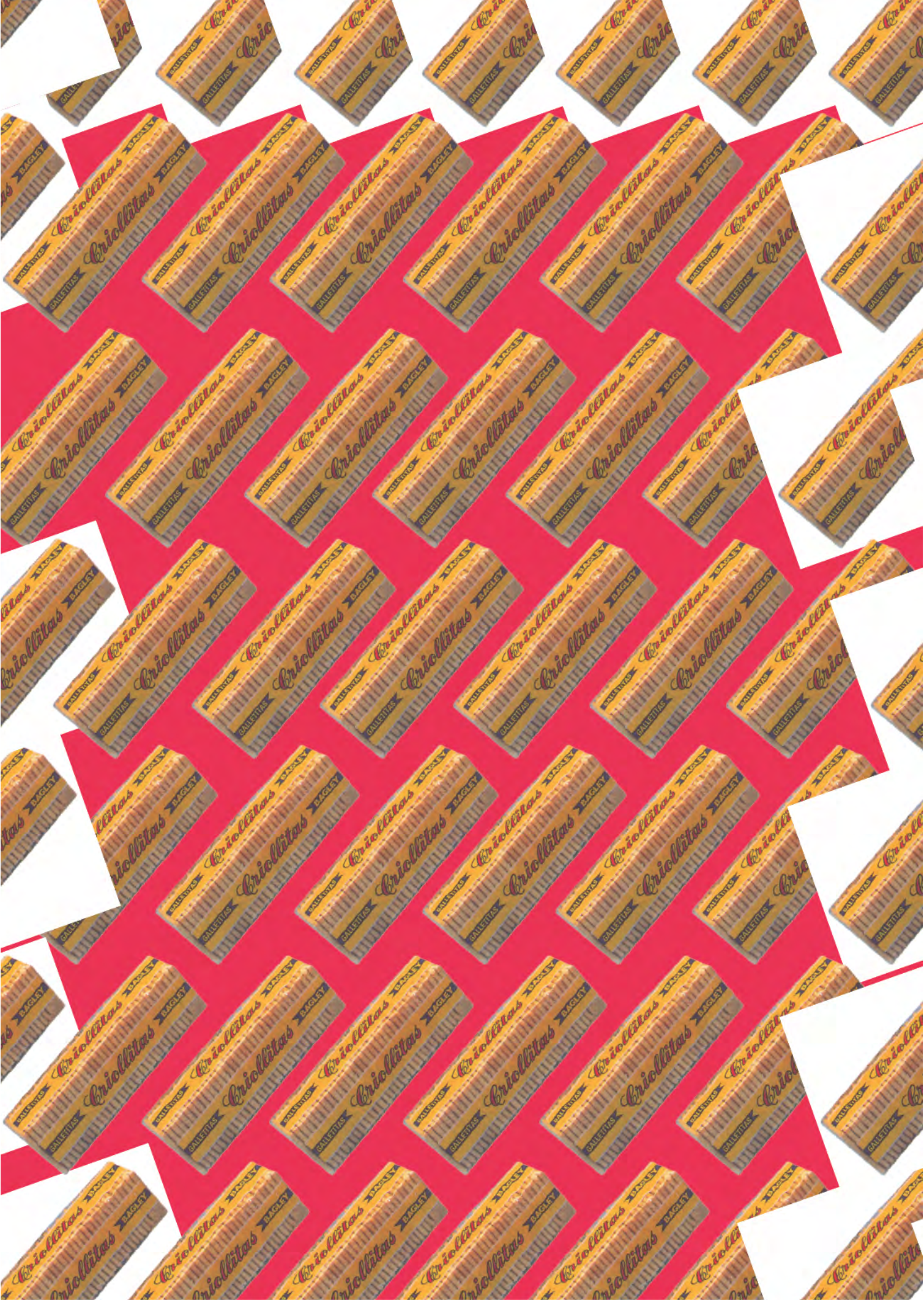
> MIENTRAS SUCEDÍA

ese proceso de transformación industrial y los viejos hornos convivían con los nuevos equipos, un lanzamiento sacudió el paladar de los argentinos. La creación de Criollitas, en agosto de 1943, provocó una verdadera explosión de ventas. En febrero de aquel año, esa visión de futuro había puesto a Bagley un paso delante de todos: ese mes se hicieron las primeras pruebas del nuevo sistema de envasado que entraría en vigencia con la aparición del nuevo producto. Poco a poco, la venta a granel en latas dejaría su lugar protagónico a una nueva forma de fraccionamiento. El surgimiento de los paquetes de galletitas se avizoraba como el mejor y más



higiénico método para la comercialización de este tipo de alimentos.

La revolución técnica que suponía la llegada de Criollitas a los hogares de todo el país no hubiera sido suficiente garantía de éxito sin la profunda campaña de publicidad. Y la original difusión del nuevo producto por los medios más populares no hubiera logrado nada sin el sabor único de una galletita de agua cuya elaboración depende de tiempos e ingredientes muy precisos. Con sus nuevos hornos en plena actividad, la remodelación de la planta permitió triplicar la producción gracias a las cuatro modernas líneas de producción. El futuro no podía ser más promisorio. •


Criollitas
BAGLEY
GALLETITAS

UN HOMBRE QUE DEJÓ HUELLA

En 1944, la muerte de Pedro F. Mosoteguy significó el fin de una era clave en la historia de Bagley. Su gestión como presidente resultó fundamental para llevar adelante grandes transformaciones y avances en épocas de contextos socioeconómicos desfavorables. Durante un lustro, fue Ernesto Mignaquy el responsable de reemplazarlo, hasta que en 1949 toma la posta Carlos E. Mosoteguy, hijo de Pedro.

ROBERTO ANTIER*

** Actor, director y productor.*

UNA PUBLICIDAD INOLVIDABLE

"Cuando protagonicé aquel inolvidable comercial de Criollitas, a fines de los años '80, no tenía experiencia en publicidad. Se filmó a comienzos de 1987. Lo recuerdo porque solicité a los creativos de la agencia Casares que cambiaran el nombre de mi novia en el guión y pusieran Andrea, que era mi pareja en ese momento.

La dirección actoral fue de Alberto Ure y la productora era la de Luis Puenzo. Fue complejo actuar con un perro. Hicimos infinidad de tomas, porque aunque salieran bien, había que repetir en función de las diferentes reacciones del perro. Además, el perro –era perra– estaba recién operado de la cadera. En el guión original, el aviso terminaba cuando el perro se iba y me dejaba hablando solo. Cuando yo le decía: 'Yo creo que con un poco de buena voluntad...', el dueño de la perra le hacía una seña desde fuera de cámara y la perra se iba y me dejaba pagando. En un momento, se ve que le dolía mucho la cadera a la perra, porque no se movió más. Ahí entonces paramos para comer a ver si se recuperaba. Cuando retomamos, la perra seguía inmóvil y el director dijo que tenía tomas, que ya estaba cubierto, pero que tiráramos algunas más para tener. Fue ahí que como la perra no se movía para dejarme pagando, improvisé y lancé un 'Ma sí...'. Y fue la versión que quedó, toda fija en el sillón. Una vez que se terminó de filmar el aviso, se hizo un focus group y surgió que cuando yo le decía al perro que "a las mujeres no les gustan las zapatillas mordidas", la frase refería más a una convivencia que a un matrimonio. Entonces me llamaron para hacer de nuevo el doblaje y se reemplazó la palabra 'mujeres' con 'esposas'. Por suerte justo la zapatilla que yo mostraba tapaba mis labios, entonces no se advirtió el cambio. Cuando el comercial finalmente se emitió en el verano de 1989, el gobierno, por problemas energéticos, decretó sólo 4 horas diarias de televisión, de 19 a 23. El costo del segundo publicitario se fue a la estratósfera y todos sacaron las publicidades del aire. Sólo llegó a estar en la tanda menos de 7 semanas. Quiere decir que la gente que lo recuerda, que es mucha, la vio en ese verano o en posteriores programas de publicidad. Además, la idea ganó muchos premios, incluido un León de Oro en el festival de Cannes de publicidad. Para mí fue especial porque de chico yo comía mucho Criollitas. Eran las galletitas preferidas en casa. Después un poco las perdí de vista y hace como 10 años las volví a comprar muy seguido y me sorprendió porque tienen exactamente el mismo sabor. Fue como recuperar un recuerdo de mi infancia".

CAPÍTULO 10

1954-1963

1954

EL DESPEGUE TÉCNICO

1963

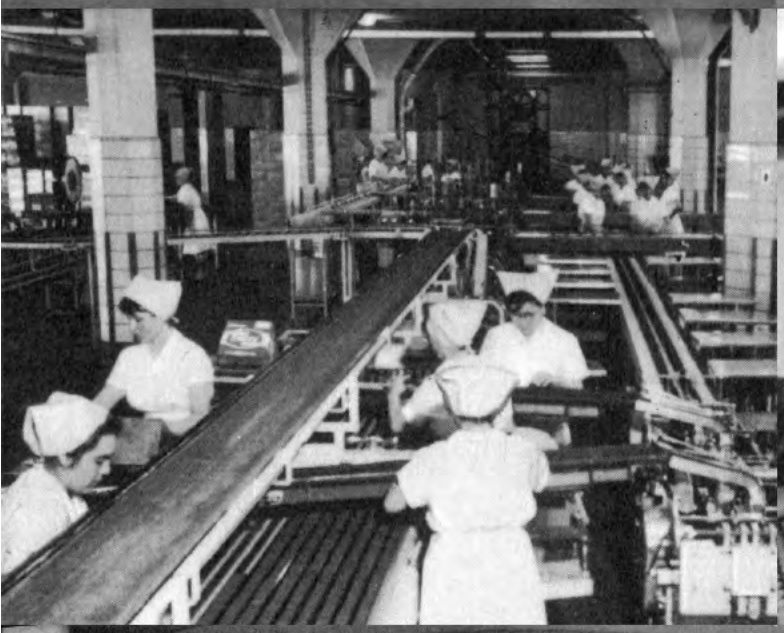
LA MÁQUINA COMO ALIADO. La puesta en marcha de las instalaciones del nuevo edificio de Montes de Oca, en 1953, fue el punto de partida de una era con altos niveles de automatización de las tareas. Así lucía la fábrica entre fines de los '50 y prinpicios de la década del '60.

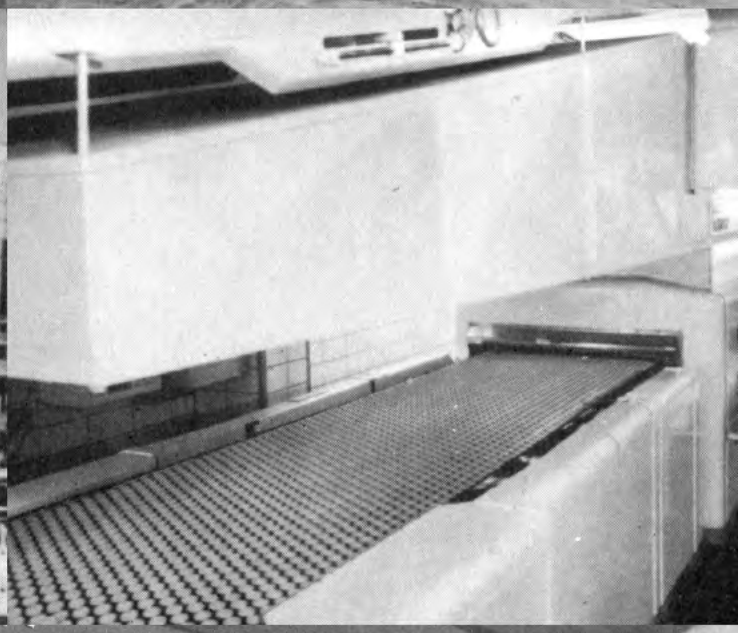
LUEGO DE LA DEMOLICIÓN,

remodelación y posterior inauguración del nuevo edificio en 1953, las cuatro líneas de producción no daban abasto y protagonizaban un funcionamiento casi totalmente automatizado. Amasadoras de alta velocidad, cortadoras, laminadoras, mesas de envasamiento y máquinas empaquetadoras adquirieron protagonismo al suprimir las tareas antes manuales.

El pasaje del envasado manual al industrial llevó el consumo de celofán impermeable a 880.000 metros cuadrados y resultó fundamental para el notable crecimiento de la producción de Criollitas, el producto estrella del momento. Sin embargo, los avances tecnológicos también permitieron poner nuevas propuestas en la mesa de los consumidores. Entre ellas se destacaron las Rellenitas, galletitas rellenas con crema o mermelada. >

BAGLEY



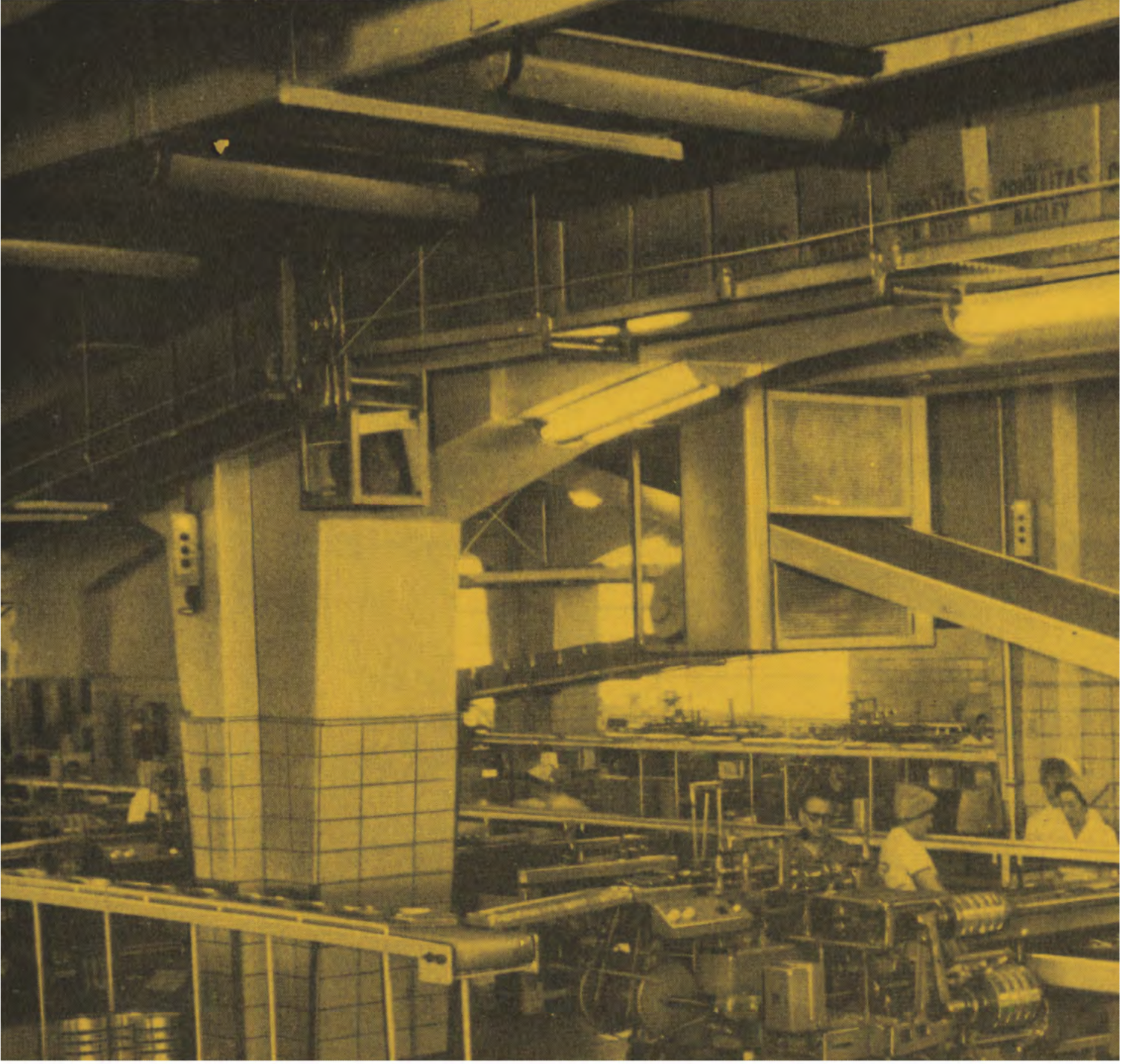


SEÑORA BAGLEY

En diciembre de 1960, un cambio en lo más alto de la compañía generaría el impulso definitivo que necesitaba la nueva estructura productiva puesta en marcha en el arranque de la década del '50. En reemplazo del fallecido Carlos E. Mosoteguy, quien había tomado el timón de Bagley en 1949, asume su hermana, Sara Carmen, quien durante casi 20 años le inyectó vitalidad a la presidencia del Directorio y a la compañía entera.

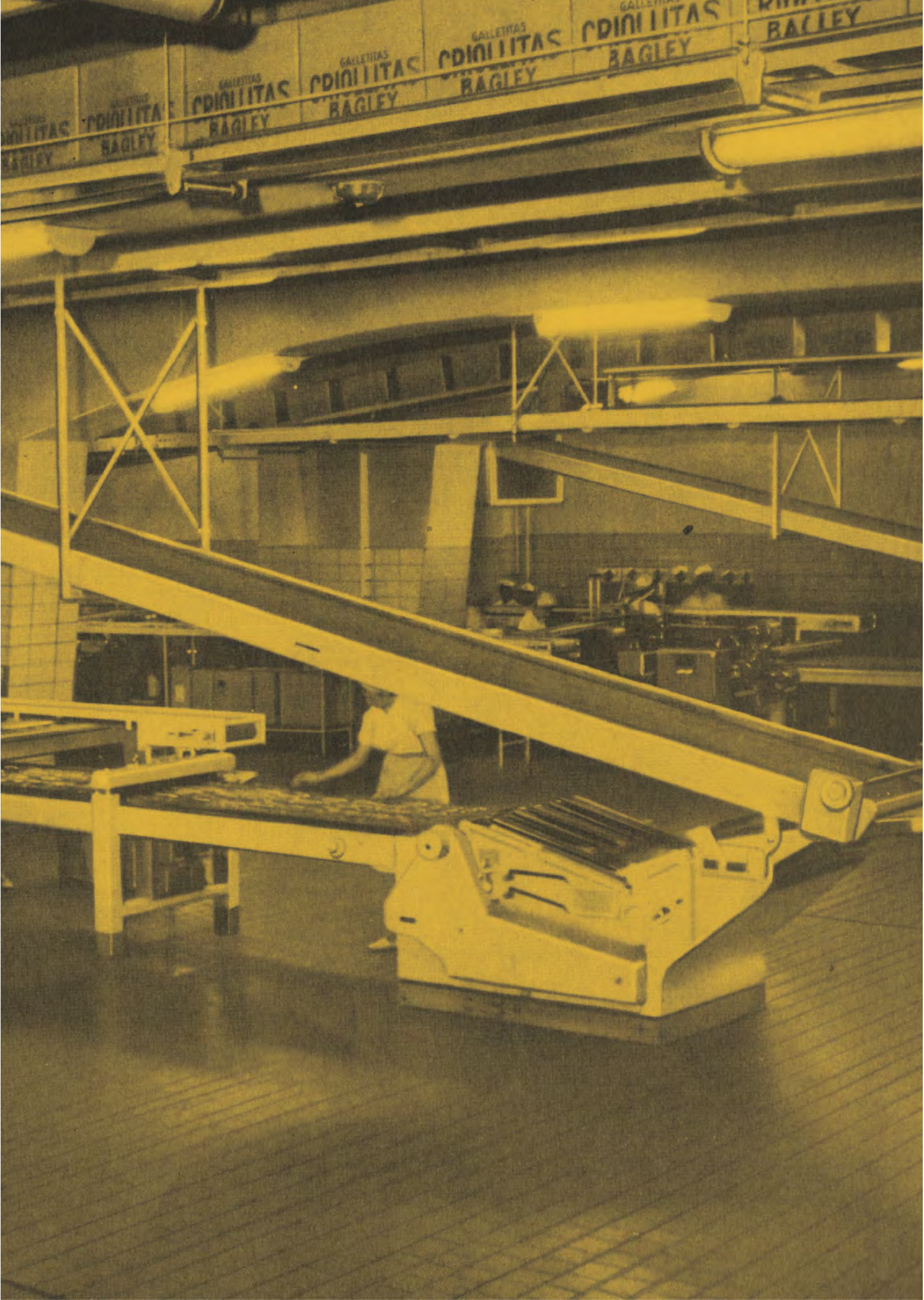
ESCUELAS DE VISITA

En esta época se consolidó una costumbre que la empresa había empezado a adoptar años atrás: la organización de visitas de escuelas primarias y secundarias a la planta, para conocer el paso a paso de la fabricación de galletitas. Según consta en los registros, 15.700 estudiantes visitaron el edificio de Montes de Oca durante 1963.



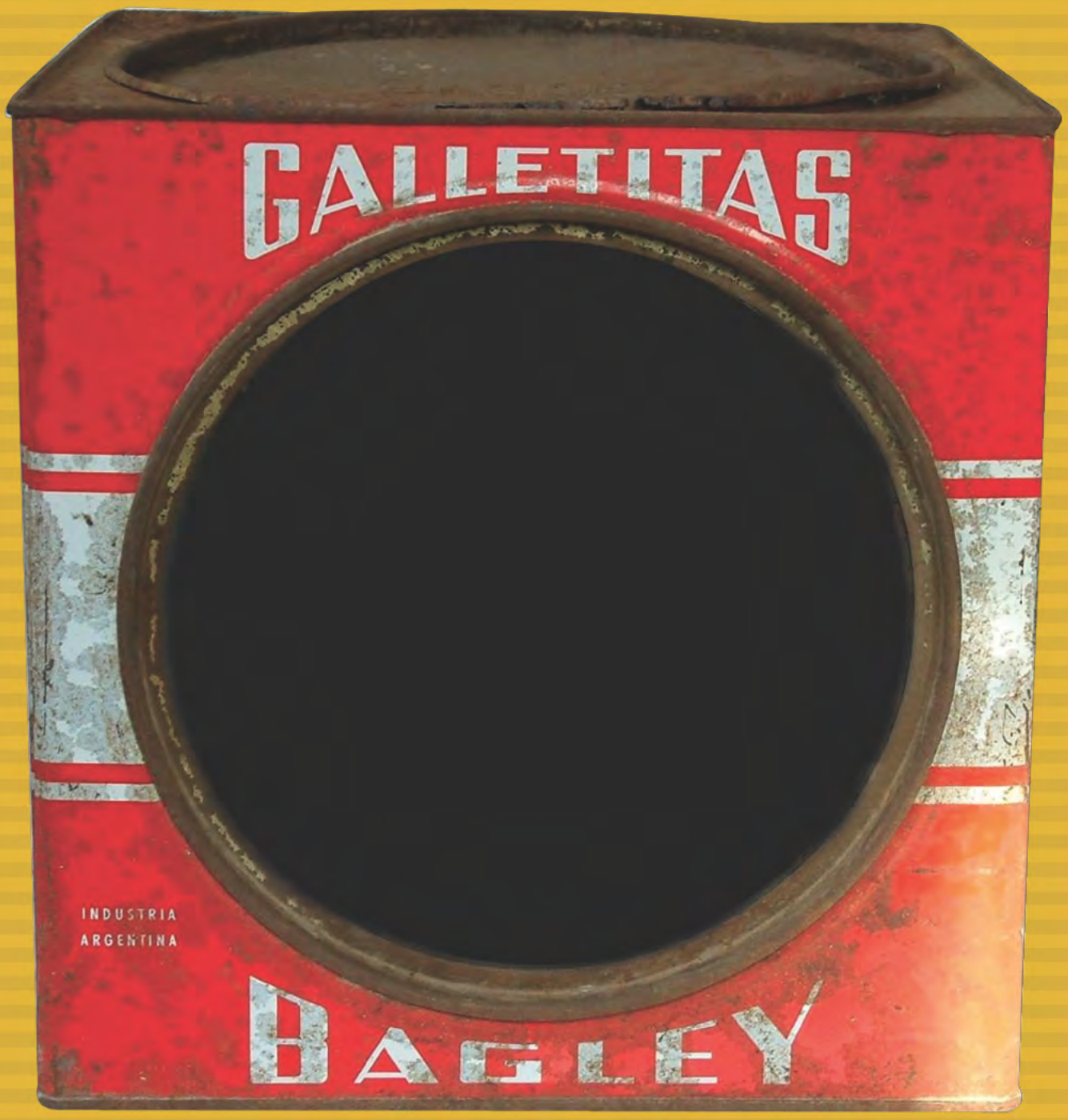
> LAS CIFRAS ERAN ELOCUENTES:

hasta 1953, se producía un volumen de 30.000 kilogramos de galletitas por día, un número que creció de manera exponencial hasta alcanzar los 100.000 kilos diarios. Pese a este sensible incremento de la producción, la automatización de la mayoría de los equipos simplificó las tareas del personal, que se mantuvo en los números previos a la modernización: a comienzos de los años '50, Bagley empleaba a 950 mujeres y 450 hombres. La empresa aguardaba el año del centenario en plena evolución. •


BAGLEY
BAGLEY
BAGLEY
BAGLEY
BAGLEY

BAGLEY PARA SIEMPRE

En los momentos previos al festejo del centenario de la empresa, Bagley contaba con 2.161 empleados. Sin embargo, 212 colaboradores jubilados mantenían un vínculo principalmente afectivo con la compañía. Pasar por la empresa siempre generó un ferviente sentido de pertenencia.


GALLETITAS
INDUSTRIA
ARGENTINA
BAGLEY

LOS ARGENTINOS Y BAGLEY

GUILLERMO FRANCELLA*

** actor.*

EL RITUAL DE LAS RUMBA

"Recordar galletitas es apelar a la memoria, obviamente. Pero a la memoria en general. Yo consumí mucho todo tipo de galletitas; de chico, de adolescente y también de grande. Las sigo comiendo actualmente. Pero el tema tiene que ver con la memoria de distintas características: la visual, la olfativa y la gustativa. La visual porque yo reconozco el *packaging* a cualquier distancia, el color del papelito, el plástico; y después la memoria que tiene que ver con los sentidos, y es ahí donde quiero detenerme, para decir lo que yo siento respecto de ellas. El sentido gustativo que tiene que ver con el sabor: puedo con los ojos cerrados saber lo que estoy comiendo. Y hay que hablar hasta del aroma. Si hay una galletita que me marcó, esa es la Rumba. ¿Cómo y en qué circunstancia? En todas. Comprarla en un kiosco primero y después llevarla a escondidas a un bar. A mí me encantaba, previo a los talleres de teatro donde yo estudiaba, ir a un bar, pedir un café con leche, mirar para el costado (para chequear que nadie me estuviese mirando) y mojar las Rumba, que era la cosa que más me enternecía a mí cuando se me ablandaba en la boca y ese sabor para mí era inconfundible. Llegaba *pipón* a la sala de teatro, después de comerme entero el paquetito. Casi que después no necesitaba cenar cuando salía de teatro. Por eso cuando hago memoria llego hasta las Rumba. Si me dan a elegir una galletita, es la Rumba. Actualmente me gusta mucho desayunar con Traviata, acompañándolas con queso o untada. La Rumba la sigo comiendo, menos, pero la sigo comiendo. También Sonrisas o Merengadas, las recuerdo inolvidables. Siempre esperaba ese ratito para ir al kiosco y comprarlas".

ENTRE LA TÉCNICA Y EL SENTIMIENTO

Cuando abandonó su país de origen para cruzar el charco y perseguir el sueño de convertirse en ingeniero químico, Fernando de Rezendes Rodríguez desconocía que su destino sería mejorar la calidad de uno de los alimentos más presentes en la vida cotidiana de la gente.

Ni siquiera él, ya lejos de su Salto natal, en Uruguay, imaginaba que una marca de Bagley sería, además de la primera galletita que probaría en la Argentina, uno de los tantos desafíos que superaría con holgura en estas casi tres décadas de trabajo intenso. "Recuerdo que estaba en la estación del ferrocarril de Concordia, esperando el tren que me llevaba hasta Paraná, y compré mi primer paquete de Merengadas. Luego el destino hizo que fuera responsible de ese proceso de producción", cuenta De Rezendes Rodríguez, que finalmente culminó su carrera profesional en la Universidad Nacional del Litoral, en la provincia de Santa Fe.

Promediaba la década del '80 y Fernando ya había adquirido cierta experiencia laboral en una firma que controlaba dos ingenios azucareros ubicados al norte de Santa Fe. Allí, primero en Villa Ocampo, se desempeñó como asistente de Fabricación para luego ser jefe del mismo departamento en Las Toscas, el otro ingenio. Fue en ese momento cuando un aviso en el diario le llamó la atención. Preparó su currículum en su departamento de soltero y se presentó en Alimentaria San Luis, la actual planta de Bagley en Villa Mercedes. Entre 98 candidatos, Fernando resultó elegido por su perfil y así llegó a la terna final de la que surgiría el seleccionado.

FERNANDO
DE REZENDES
RODRÍGUEZ
Ingeniero de Mejoras y
Procesos en la planta de
Villa Mercedes, San Luis.
59 años, 29 en la empresa.

EN EQUIPO. Del archivo personal de De Rezendes (el primero arriba a la izquierda) surge esta imagen de un equipo de fútbol que armaron jefes y supervisores en 1987 en Villa Mercedes.

Sólo su perseverancia le permitiría concretar su ingreso en la compañía. "El día de la entrevista final, 30 de octubre de 1984, falleció el gerente de la planta, así que no había ningún tipo de actividad allí. No sabía qué hacer y decidí preguntar dónde podía contactar a algún directivo. Fue así que logré dar con quien luego sería mi primer jefe, el Ingeniero Milessi, con quien pude acordar una entrevista para el otro día", recuerda De Rezendes, cuyo ingreso formal en la compañía se produjo el 19 de febrero de 1985, como ingeniero trainee de Elaboración de Productos especiales (obleas, alfajores, bañados y galletas rellenas) en la planta de Villa Mercedes, San Luis.

DEL PRIMER RETO A LA PRIMERA CRISIS

Desde el primer día, todo resultó novedoso para el ingeniero, nada de lo que veía lo había estudiado. "Observaba mucho y preguntaba a operadores y supervisores", cuenta De Rezendes, cuya primera tarea representó un verdadero reto profesional: debía elevar la eficiencia en la elaboración del Tubby 4. "En 3 meses logramos que su eficiencia pase del 60% a más del 80%",

relata memorioso.

Claro que no todos fueron éxitos en aquellos primeros años. En 1986, la efervescencia con que todo el personal vivió el mundial de fútbol que la Selección Argentina ganó en México fue apenas un recreo en momentos de extrema complejidad. "Los problemas de inflación se manifestaban con el descontento del personal y hacía que las relaciones entre supervisores y supervisados fueran muy difíciles, aunque siempre dentro de un clima de respeto. Aquel año hubo una huelga que duró no menos de 21 días", comenta De Rezendes.

Antes de que termine la década, la hiperinflación volvió a golpear duro en la productividad de la planta y así lo recuerda el ingeniero, de 59 años: "Fue la crisis más severa y obligó a implementar el plan Bagley Básico, que consistía en elaborar solamente los productos emblemáticos. Se pudo mantener a todo el personal del área productiva". Para De Rezendes, aquella fue una de las tantas muestras de que "Bagley siempre hizo esfuerzos notables para proteger a su personal técnico. Siempre consideró que su principal capital era la gente".

UN INGENIERO SENTIMENTAL

Pese a las dificultades socioeconómicas que atravesaba el país antes de ingresar en la década del '90, De Rezendes experimentó su primer ascenso en ese 1989. Pasó a ser jefe de Inspectores de Calidad. Luego de aquel primer premio, sucesivamente De Rezendes fue ocupando diversos cargos en Mercedes. Fue ingeniero en Procesos de Envasado luego de Elaboración; más adelante jefe de Calidad y luego ingeniero de Desarrollo de Productos, el puesto que ocupó hasta que fue elevado a sus responsabilidades actuales.

De Rezendes no puede evitar sentimentalismos a la hora de hacer un balance de su historia dentro de Bagley. "El reconocimiento de mis jefes y mis pares me gratifica mucho", confiesa el ingeniero uruguayo. Entre las tristezas, reconoce que le cuesta digerir cuando un compañero es despedido o se retira. "Bagley es parte indisoluble de mi vida; le di todo lo que fui capaz de dar y me dio todo lo que tengo, tanto en lo económico como en lo profesional, a cambio de mi compromiso, dedicación, aporte técnico y lealtad. Lo que no hice fue por mis propias limitaciones", concluye el ingeniero y deja en evidencia otra de sus virtudes: la humildad.

CAPÍTULO 11

1964-1973

1964

UN LEGADO QUE CUMPLE 100 AÑOS

1973

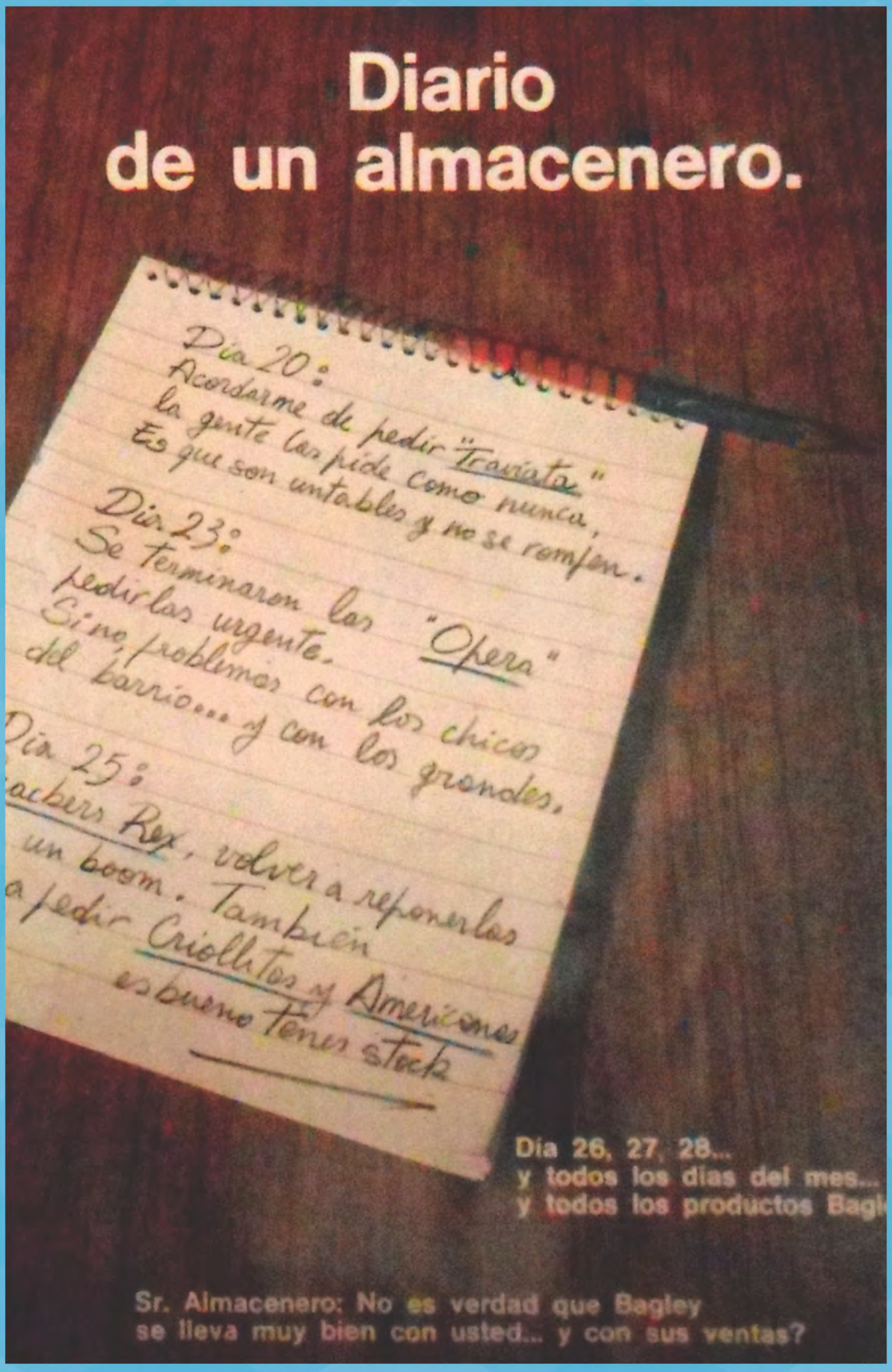
EN 1964, LOS FESTEJOS

por el centenario de Bagley no detuvieron la incesante evolución de la compañía. Los excelentes resultados provocados por el proceso de incorporación de maquinaria automática que se consolidó a fines de los '50 y a principios de la década del '60 obligó a la empresa a dejar de fabricar algunos productos que, hasta ese momento, se elaboraban de manera casi artesanal y cuya adaptación a los nuevos equipos muy compleja.

Sin embargo, el espíritu que tiñó a Bagley en sus primeros 100 años de vida había dejado un legado indeleble de permanente superación de contextos adversos. Habían pasado dos décadas ya del lanzamiento de las exitosas Criollitas y era hora, después de haber concentrado energía y esfuerzos en el crecimiento tecnológico, de volver a buscar nuevas marcas que impactaran del mismo modo en el corazón de los argentinos.

Se tomó, entonces, una decisión difícil pero estratégica, que consolidaría definitivamente el rumbo de la compañía hacia lo que actualmente representa para la industria y los consumidores. En 1968, mientras se lanzaban al mercado las Americanas –primeras galletitas de Bagley elaboradas con harina integral–, se abandonó la producción de la línea de dulces, conservas y encurtidos para concentrarse en el negocio de las galletitas. >

Diario de un almacenero.

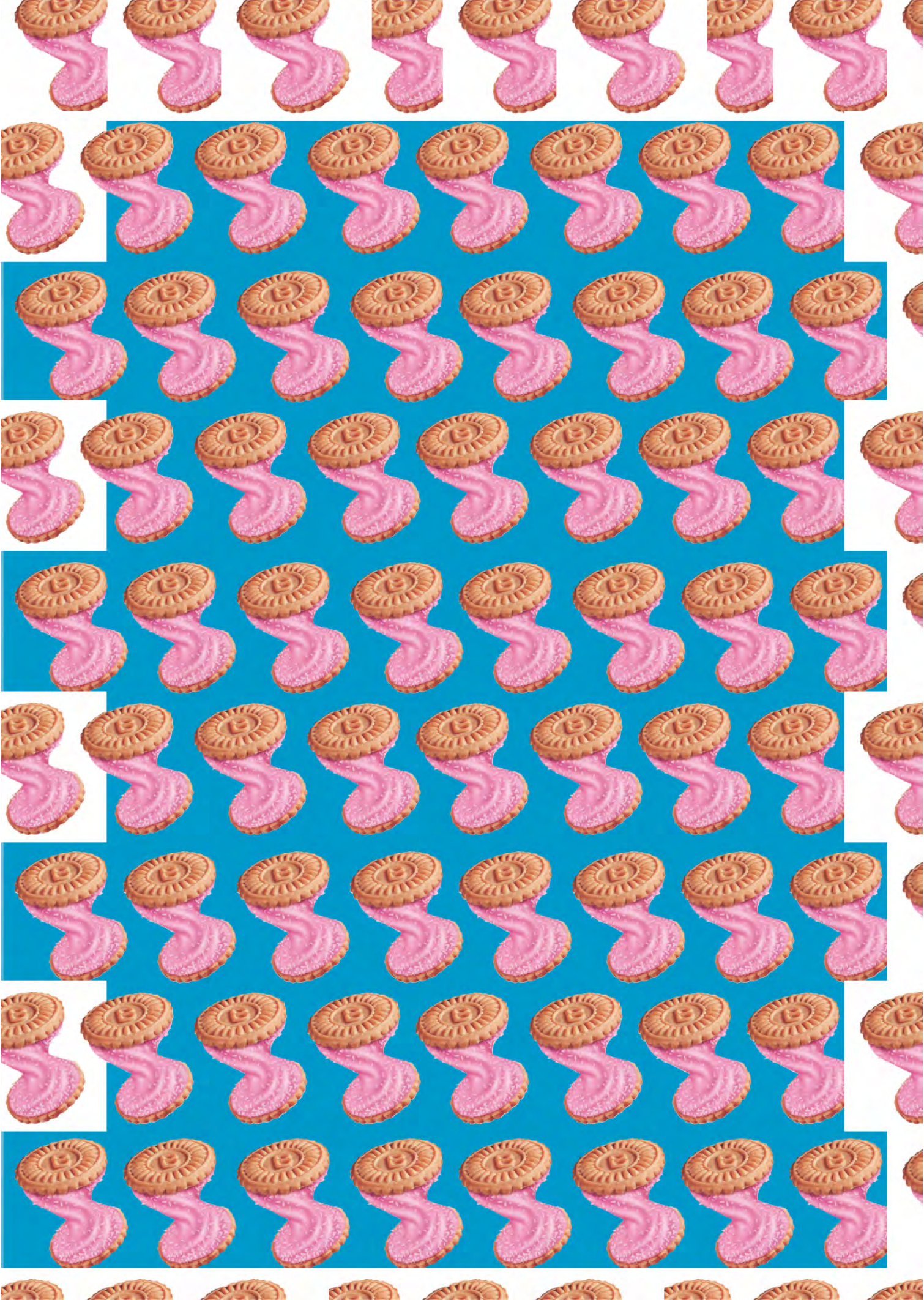


VENTAS FEDERALES

La organización de ventas de Bagley, en pleno festejo por el centenario, cubría toda la Argentina. En total, 310 inspectores, corredores y viajantes visitaban regularmente más de 80.000 comercios de todo el país para tomar y satisfacer los pedidos de mercadería.

CENTENARIO EN CRECIMIENTO

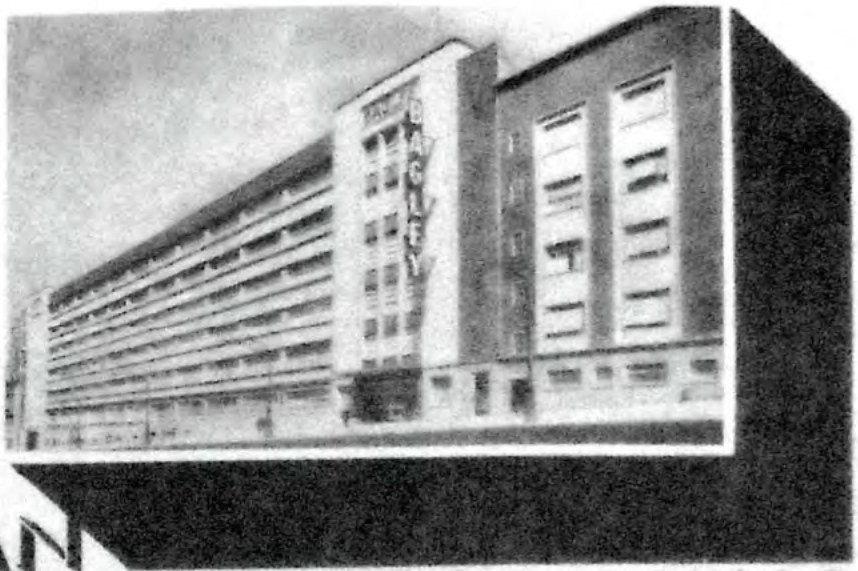
En 1964, la planta de Montes de Oca comprendía nada menos que 75.000 metros cuadrados cubiertos. En ese año del centenario ya funcionaban 8 líneas de producción con una capacidad instalada de 200.000 kilogramos diarios. La renovación tecnológica se completó con el nuevo silo harinero incorporado en 1971, el más grande de América latina, con una capacidad de 4.200 toneladas.



Las cosas buenas y ricas...

tenían que ser de

BAGLEY



AMERICANAS RUMBA BU-BU CHOCOLINAS CRIOLLITAS SAN DOKAN TRAVIATA MIMOSA VISITAS HESPERIDINA OPERA BUDIN BU-BU AMOR COQUITAS MERENGADAS LO LITA TENTACIONES MELLIZAS MITRE MORENAS PETIT BEURRE RELLENITAS CACIQUE MINUE MONADA SOLAR MERMELADAS TUBBY MELITAS COCK TAIL PANCHITAS GORJEOS DULCES PIROPOS INDIANAS POLOLAS VINA GRE ARVEJAS MOSTAZINA PICKLES

> LA DÉCADA DEL '60,

por lo tanto, sería un decenio fructífero en lanzamientos que engrosaron la categoría de galletitas dulces, como para acompañar el suceso de Criollitas entre las *crackers*. Así aparecieron Merengadas, Sonrisas, Rex y el trío integrado por Mellizas, Amor y Rumba, guiado luego por estas últimas, líder en el segmento de galletitas de chocolate. Nuevas marcas que dejarían una huella imborrable en la memoria de todos los argentinos.•

AHORA, GOLOSINAS

En 1969, Bagley empezó a transitar un nuevo mercado. Con el lanzamiento de Chocolín, la empresa ponía un pie firme en el rubro de las golosinas, que empezaría a acaparar a partir del lanzamiento del alfajor de la marca, en venta desde 1978.

EXITUS

Sabés lo que hizo BAGLEY?

Agarró unas obleas muy crocantes.
Les puso un relleno bárbaro.
Después las bañó con un chocolate sensacional!
Y las puso en un paquetito fenómeno.
Qué tal?
No te parece... riquísimo?

...tenía que ser de

BAGLEY

CALLETITAS
BAGLEY
PANCHITAS
ONDINAS
PORTEÑITAS
SONRISAS
DAMISELA
TUBBY
BU-BU
COCKTAIL
INDIANAS
MELITAS
JULIETA
AJIES
BAGLEY
DULCE DE BATATA
BAGLEY
DULCE DE MEMBRILLO
Visitas
MONADA
GORJEOS
LOLITA
MITRE
SOLAR
MIMOSAS

GALLETITAS
BAGLEY
MONADA
OPERA
CACIQUE
JUGUETONAS
OPERETA
MONONAS
SOLOR
FERTULIA
SOLVITA
TENTACIONES
CARNAVAL
RUMBA
Amor
POLOLA
Sonrisas
Criollitas

UN DERECHO Y UN DEBATE

"Debería existir una ley que diga que todo niño o niña argentina tiene derecho a su Chocotorta. Aún hoy, ya grande, con mujer, hijos y calvo, la Chocotorta es la invitada estrella a mi cumpleaños. Todo bien con el resto de las tortas, incluso algunas son muy ricas. Pero separemos los tantos. Primero la chocotorta, el resto viene después. Y propongo un debate. Primero le quiero mandar un abrazo al creador de las Merengadas. Ese genio postergado. Ese inventor que está a la altura de Thomas Alva Edison. Las Merengadas llegaban para abrazarnos, contenernos, calmarnos con felicidad. Ahora: ¿se comían toda junta o se sacaban las tapitas y después se comía el relleno? Horas de debate y debate sobre este tema. He roto amistades y he perdido novias por esta cuestión. Yo prefería tapitas por un lado, relleno por otro. Creo que los que comíamos así éramos más felices".

LOS ARGENTINOS Y BAGLEY

SEBASTIÁN WAINRAICH*

** conductor y actor.*

CAPÍTULO 12

1974-1983

1974

UNA NUEVA PLANTA, LOS SUEÑOS DE SIEMPRE

1983

EL SOSTENIDO CRECIMIENTO

de la producción que la compañía protagonizó desde la modernización del edificio de Montes de Oca de a poco encontraba limitaciones en los 75.000 metros cuadrados cubiertos que ofrecía la planta del barrio porteño de Barracas.

En 1976, se colocó la última línea de esta etapa, que permitió llevar la producción hasta 300.000 kilos por día. Pese a esta ampliación, la estructura edilicia de Bagley se presentaba como insuficiente frente a los objetivos que la ambición de progreso iba poniendo delante.

La intención de trascender las fronteras nacionales tuvo su primer emprendimiento concreto en 1974, cuando Bagley comenzó a desarrollar una división específica para conectarse con los consumidores del exterior. En abril de ese año se creó la Gerencia de Exportaciones y el primer mercado que se conquistó fue Paraguay, con el lanzamiento de 5 marcas:

DE CARA AL MUNDO. En 1974 se creó la Gerencia de Exportaciones de Bagley. Para fines de los '80, los productos de la compañía llegaban a países limítrofes como Uruguay, Paraguay, Bolivia y Chile, y también a destinos como los Estados Unidos, España, Jamaica y Holanda.

Criollitas, Rumba, Amor, Mellizas y Ópera. Posteriormente, los productos de Bagley llegaron a las Islas Canarias, en España, Bolivia (a través de un fabricante local) y los Estados Unidos, donde en 1976 se empezó a comercializar una galletita de salvado bautizada Golden Plains. Para fines de los '80, Bagley exportaba sus productos también a Uruguay, Chile, Angola, Panamá, Costa Rica, México, República Dominicana, Puerto Rico, Jamaica, Haití, Canadá, Nueva Zelanda, Australia y Holanda.

Sin embargo, 1974 pasaría a la historia por albergar el inicio de otro proyecto vital para Bagley. Cuando ese año se promulgaron los primeros regímenes de promoción industrial para algunas provincias, Bagley obtuvo el impulso necesario para concretar, a fines de ese año, la adquisición de una vieja estancia ubicada a unos 15 kilómetros del centro de Villa Mercedes, en San Luis. >

BAGLEY
GALLETITAS
coquitos
BAGLEY
GALLETITAS
chocolinas
¿Cuál primero?

LA FUNDACIÓN DE MERCEDES, EN NÚMEROS

El proyecto que inicialmente se bautizó como Alimentaria San Luis implicó una inversión original de unos 100 millones de dólares, la importación de 10.000 toneladas de equipos y la perforación de 2 pozos para extraer agua potable y la construcción de un acueducto de 5 kilómetros de extensión. Con la puesta en marcha de la planta, la capacidad productiva de Bagley se incrementó en un 60%. La nueva planta impactó positivamente en la comunidad local: la mayoría de los 1.400 empleados vivía con su familia en Villa Mercedes, casi un 10% de la población local.

ASÍ COMENZÓ

la planificación de una nueva fábrica. El 17 de junio de 1975, Bagley formalizó la presentación del proyecto de factibilidad ante el Estado Nacional y el 7 de diciembre de 1977 se firmó el decreto que aprobaba la obra, con un plazo de 36 meses para concluirla.

La piedra fundamental fue colocada en diciembre de 1978.

De manera simultánea, para no perder ni un día, se inició la construcción de los diferentes sectores y se efectuó la compra de maquinaria en el exterior y el montaje de los equipos de origen nacional.

Cuando faltaban apenas 14 días para que expirara el plazo exigido por el Estado, el 14 de noviembre de 1980 la primera galletita salió de la fábrica puntana y el sueño de todos se hizo realidad. La gigantesca obra que se ponía en marcha no impidió que Bagley siguiera innovando.

Apenas unas semanas antes de la inauguración tan esperada, en septiembre de 1980,

MÁS FRESCAS QUE NUNCA. Con el lanzamiento de la tecnología bautizada Fresch-Pak, Bagley revolucionó el consumo hogareño de galletitas.

se produjo una verdadera revolución en los sistemas de envasado que le marcaría el camino a sus competidores. La aparición de la tecnología Fresch-Pak –marca registrada de Bagley– modificó los hábitos en el consumo hogareño de galletitas. La Fresch-Pak era una caja de cartón microcorrugado que contenía una bolsa de polipropileno de alta densidad, sellada de forma hermética con el objetivo de garantizar la frescura del producto.

Esta innovación le permitió a los consumidores adquirir un *pack* con muchas más galletitas. Rápidamente, se abandonó la venta a granel –que representaba un 70% del total– y las inolvidables latas se convirtieron en piezas de museo que todavía provocan nostalgia entre los coleccionistas.

Aquellos años tampoco estuvieron exentos de novedades. En 1975, aparecen las Chocolinas, un auténtico hito en la historia local de las galletitas de chocolate, y en 1980 se lanzan dos propuestas más: Livianitas y Porteñitas. •

UNA EMPRESA CREATIVA I

Desde sus comienzos, la activación de ingeniosas campañas publicitarias se convirtió en un sello distintivo de Bagley. Así sucedió con el lanzamiento de Hesperidina en 1864 y así ocurriría más de un siglo después, cuando la publicidad se transformó en un inmejorable aliado para comunicar atributos y valores de las galletitas. En 1975, un joven Arturo Bonín protagonizó el primer comercial de Criollitas: "Papá". Creado por la agencia de Ricardo De Luca y dirigido por Luis Puenzo, el aviso significó el debut de un *claim* que permanecería vigente durante casi 20 años: "En las cosas simples está el verdadero sabor de la vida".

UNA EMPRESA CREATIVA II

En 1982, las Chocolinas vivieron su momento de gloria. Una creativa que trabajaba para Bagley pensó un postre rico y fácil de preparar que pudiera satisfacer el paladar de su cliente tanto como el de sus dos pequeños hijos. Como también trabajaba con dos empresas lácteas, incluyó al queso crema y dulce de leche entre los ingredientes y así creó la Chocotorta. El comercial lanzamiento fue todo un éxito, generando un verdadero mito de la pastelería nacional.

MI CHOCOTORTA

"En casa no hay cumpleaños sin Chocolinas. Así de simple. Desde el más grande de 14 años, hasta el de 3, todos quieren siempre que les prepare la clásica Chocotorta. Incluso Inés, la más chiquita que todavía no pide, se termina chupando los dedos con la preparación de dulce de leche y queso crema. Por supuesto que la decoración final de la Chocotorta depende de qué cumpleaños estamos festejando. Cuando el cumple es de nenas, arriba se decora con confites multicolores. Si el que cumple es un varón, en cambio, la torta se convierte en una cancha de fútbol o de rugby. No es, de todos modos, el único aporte que las Chocolinas hacen en mi hogar. Siempre me sacan de un apuro. Hace algunas semanas, mi hija de 12 años hizo una reunión para despedir el año con todo su curso y, como se largó a llover, junté a las 30 chicas alrededor de la mesa y les propuse casi un juego: les di un paquete de Chocolinas y un delantal a cada una, y aproveché para enseñarles la clásica receta de la Chocotorta que alguna vez me enseñó mi mamá con tanto amor".

MARU BOTANA*

* *cocinera.*

MI PRIMER TRABAJO

"El momento de mayor tristeza que sentí en estos 25 años fue cuando renuncié. Y el de máxima alegría cuando reingresé". Con suma simpleza, Karina Claudia Daniel (42 años) resume así el vínculo que la une con Bagley desde mucho antes que ingresara en la compañía, allá por enero de 1989, cuando era una joven de Wilde que recién egresaba y comenzaba a buscar el primer trabajo de su vida.

Como ocurre con muchos argentinos, el primer recuerdo de Bagley que tiene Karina está ligado a su infancia: "Cuando tenía 9 años vinieron a mi escuela un grupo de animadores disfrazados de payasos y nos reunieron en el patio para jugar y, a su vez, promocionar las galletitas Chocolinas y Coquitas, que venían en paquetes de 4 unidades. Desde ese día me quedó grabado a fuego que esas dos marcas eran de Bagley".

La etapa escolar de quien se desempeña desde 2010 como analista de Trade Marketing atendiendo a cuentas del canal SPM (supermercados) le ha dejado más de un recuerdo en su memoria. "Para desayunar me compraba en el kiosco del cole las Livianitas, galletitas de salvado, y también las Sonrisas, que en ese momento también se hacían de naranja", cuenta Karina.

SE HIZO CAMINO AL ANDAR

La zona sur de la ciudad de Buenos Aires y su confluencia con el conurbano, donde había nacido, permiten contar buena parte de su vida y su ingreso a Bagley en aquel verano, cuando

KARINA CLAUDIA DANIEL

Analista de Trade Marketing del canal SPM (Supermercados).
42 años, 25 en Bagley.

se extinguía la década del ’80. Karina vivía muy cerca del diario Clarín y la búsqueda de trabajo de aquellos años duros tenía su listado de oportunidades en los clasificados del diario, que se repartían de manera gratuita.

“Eran las 12 de la noche y ya estaba en la fila para recibirlo. Me interesó un aviso de empleada administrativa para ventas en la zona de Barracas, así que al día siguiente envié la carta; no tenía experiencia, mi CV era muy corto. Me llamaron de la consultora y me presenté a la entrevista. Al mediodía volví a casa, saqué a pasear a mi perrito y al regresar mi mamá me comentó que me habían llamado”.

La siguiente entrevista fue en Bagley, cuya sede de Barracas quedaba muy cerca de donde vivía Karina. “Fue maravilloso por eso y porque era una empresa gigante. Me presenté sobre la calle Hornos y el gerente de Recursos Humanos me dijo que como no tenía experiencia en ventas momentáneamente podían ofrecerme un puesto en la biblioteca, donde empecé a atender los pedidos de útiles de los operarios de la planta que en ese momento Bagley les proporcionaba a sus empleados”.

Le habían dicho “momentáneamente” y cumplieron, porque a los 2 meses Karina pidió un cambio, se presentó la chance para ingresar en Administración de Ventas y aceptó el desafío. Mientras transitaba su primera época en la empresa Karina finalizaba sus estudios como despachante de aduana. Una oportunidad de trabajo en ese rubro la llevó a tomar una decisión que hoy recuerda con tristeza. “Renuncié para trabajar como despachante. Yo solía pasar por Bagley a saludar al grupo de amigas que había conformado. Hasta que me terminé yendo del otro trabajo; entonces el que había sido mi jefe me ofreció volver y le dije que sí”. Un retorno que se transformó en el reinicio de una historia de alegrías.

EL CAMBIO COMO DESAFÍO

Con el paso del tiempo, los desafíos se sucedieron. Pasó primero a integrar los equipos de ventas de Capital Federal y Zona Sur, una experiencia que relata como si hubiera ocurrido ayer: “Todos los días recibíamos un bolsín de Oca con las carpetas de cada uno de los vendedores, donde estaban los pedidos de cada cliente. Después esas carpetas pasaban a los graboverificadores que

ingresaban los pedidos, y al otro día recibíamos los formularios de Fuerza Mayor donde chequeábamos si se habían cancelado o no".

Incorporar más conocimientos fue siempre una meta de Karina Daniel. Por eso la rotación se convirtió en aire fresco en su trayectoria en Bagley. "Después de un tiempo, pedí cambiar pero siempre dentro del área y así pude trabajar como secretaria de la Gerencia de Ventas, que estaba a cargo de Víctor Lobo".

Dos años más tarde, en 1993, otro pedido de Karina volvió a plantearle un nuevo desafío. "Pasé al área Comercial como promotora de ventas telefónicas para vender nuestros productos a distribuidores, supermercados y mayoristas de zona Sur", continúa.

En 1996, su contacto con los supermercados dejó de ser telefónico. "Ese año comienza mi carrera como vendedora *junior*, con Pedro Florisson como tutor. Él significó mi guía, fue más que un jefe para mí. Yo no tenía experiencia en la calle ni la atención personal, con lo cual Pedro para mí fue todo. Me explicó cada detalle de exhibición de los productos, la competencia, los secretos de la cocina", comenta Karina.

Semejante experiencia la ubicó como negociadora en 1999, con un grupo de respositores a cargo y, en 2002, fue designada como jefe de Unidad de Negocios de Trade Marketing de SPM. "Con la fusión con Arcor en 2005, durante 5 años pasé a trabajar como analista de Trade Marketing atendiendo al Canal Mayorista y Nuevos Negocios".

En este cuarto de siglo, la empresa la contuvo en buenos y malos momentos, e incluso significó el lugar donde conoció a su marido Carlos, con quien tuvo a su hija Rocío y construyó una hermosa familia. "Para mí Bagley guarda un fuerte sentimiento de pertenencia. Me he reencontrado con excompañeros y vivimos esas reuniones como si fuéramos un grupo de egresados, lo que demuestra que muchos sienten algo similar".

Por su parte, Karina Daniel devolvió todo y más, con trabajo, conocimiento, compromiso, tenacidad, optimismo, alegría y, lo más importante, resultados.

CAPÍTULO 13

1984-1993

1984

A LA CONQUISTA DEL KIOSCO

1993

MIENTRAS LA CHOCOTORTA

lentamente se convertía en una de las preferidas de chicos y grandes a la hora de soplar las velitas en los cumpleaños argentinos, la inversión de tiempo, energías y dinero que implicó la planta de Villa Mercedes rendía sus frutos: a poco de entrar en funcionamiento, Alimentaria San Luis se consolidaba como la principal fuente de ocupación de la provincia, sin contar el empleo público.

No se trató sólo de un proyecto basado en el volumen. Con la constante evolución tecnológica que protagonizó la nueva fábrica, Bagley contribuyó a la formación de mano de obra especializada a través de un constante trabajo de capacitación del personal y, también, a partir del desarrollo de numerosas compañías y empresas de servicios que surgieron para abastecer a la planta y que posteriormente se convirtieron en

proveedores de otras firmas de la zona.

La nueva Ley de Promoción Industrial, dictada en San Luis en marzo de 1984, mejoró las condiciones para la radicación de nuevas empresas en la capital provincial, Villa Mercedes, Justo Daract y zona de influencia.

Los beneficios ligados a exenciones impositivas y facilidades para la obtención de créditos modificaron el paisaje. En pocos meses, la planta de Bagley ya no estaba sola "en medio del campo": era el centro neurálgico de un polo industrial que no paraba de crecer. Una vez más, el legado del pionero Melville se reflejaba en los hechos.

En simultáneo con el crecimiento de la capacidad productiva de la compañía, el *portfolio* de propuestas seguía enriqueciéndose. A mediados de los '80, los kioscos empezaron a poblarse de propuestas de Bagley. >

BAÑADOS EN CHOCOLATE

Poco antes de que Bagley cumpliera 125 años, el equipamiento técnico del edificio de Montes de Oca sumaba una herramienta clave: una planta elaboradora de chocolate industrial. El proyecto nació a principios de los '80, con el lanzamiento de las primeras golosinas y productos bañados. El crecimiento de estas propuestas hizo indispensable el autoabastecimiento de este insumo. A mediados de 1988, se inició la construcción de este espacio, que comenzó a funcionar al año siguiente.

UNA MARCA QUE SIGUE EMOCIONANDO

En 1989, Bagley volvió a impactar desde la tanda. Las campañas de Criollitas, que seguían utilizando el mismo *claim* ("En las cosas simples está el verdadero sabor de la vida"), provocaban otro suceso publicitario que emocionó a los argentinos. "Perro", el comercial de la agencia Casares protagonizado por el joven actor Roberto Antier y una perra San Bernardo, se robaba todas las miradas en el medio local y también en los festivales internacionales de prestigio como Cannes Lions, donde obtuvo un histórico León de Oro.

CALIDAD
EXTRA
GALLETITA
SURT
MARCA AC

OS.

norativa.

> EN 1984,

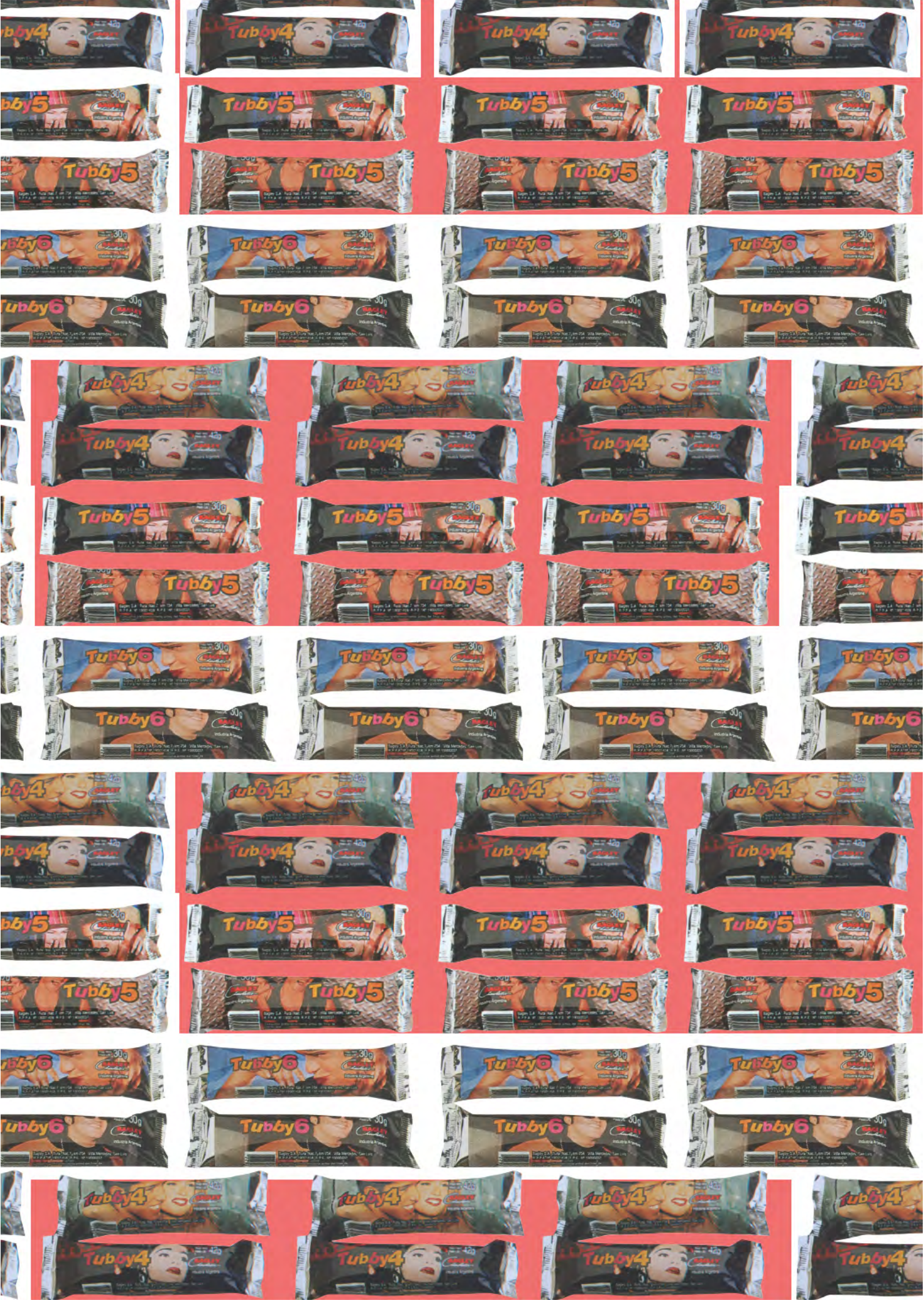
una nueva marca sería protagonista de una de las campañas publicitarias más recordadas de la época. Impulsada por un *jingle* que quedó adherido en la memoria de los argentinos, Tubby desembarcó a puro éxito con sus versiones 3 y 4.

En sintonía con el furor que generó Tubby, otras etiquetas conformaron un numeroso volumen de seguidores. Los alfajores de chocolate y chocolate blanco (más adelante relanzados como Blanco y Negro a través de otro *jingle* inolvidable) también se ganaron su lugar en el corazón de los consumidores. Sumados a estas marcas líderes, aparecieron los chocolates Amore, el Graffiti, el Medallón y una nueva versión de las históricas Ópera, bañadas en chocolate.

Entre las galletitas, la gran novedad la aportó la reaparición de las Tentaciones en 1985, aunque con una receta diferente a la original. Esta vez, Bagley volvió apostar por un producto refi-

nado, con dos opciones: relleno de crema con botón de jalea o de chocolate sobre una de las "tapas", de acuerdo al gusto del consumidor. Las Supreme, las Livianitas Dos Cereales con salvado de trigo y avena, son muchas las marcas que se sumaron a las ya populares Sonrisas, Chocolinas, Merengadas, Amor, Mellizas, Rumba, Melitas, las consolidadas Surtido o las Traviata, que conquistaron al público con sus célebres "23 agujeritos", una idea del publicitario Hugo Casares que transformó a la marca en la favorita de los argentinos amantes del sándwich hecho con galletitas de agua.

Al cumplir 125 años y mientras el país vivía una compleja situación socioeconómica, Bagley elaboraba 10 millones de kilos de galletitas por mes desde sus dos plantas, a través del esfuerzo de 4.600 empleados y 15 líneas de producción para piezas tradicionales y otras 11 para especiales como obleas y bañados. •


Tubby4
Tubby5
Tubby6

CANCIÓN POPULAR

En la voz de Rubén Goldín y Claudia Brant, el *jingle* de Tubby 3 y 4 se sumó al cancionero popular nacional con una letra que invita siempre al recuerdo: "Yo soy un Tubby, que andaba solo, en una ciudad pesada. Hasta que un día, encontré una Tubby y quiso que la acompañara. Yo soy un Tubby 4 de maní y caramelo. Yo soy bañada en chocolate. Vamos subidos a los bolsillos de una ciudad soleada. Tubby 3 y Tubby 4...". Las repercusiones de aquel *jingle* inoxidable llevó a una extensión de esa marca de bañados, con los lanzamientos de Tubby 5 y Tubby 6, que fueron promocionados a través de un recordado comercial protagonizado por Diego Capusotto a principios de los '90.

¡ME FALTAN DOS TUBBY!

"Soy un coleccionista de comerciales. Desde hace años guardo celosamente cada *spot* que llega a mis manos, muchas veces de manos de familiares de publicitarios retirados, que los encuentran perdidos en algún cajón y me los obsequian. Un día recibí, de esta manera, aquel famoso aviso animado de Tubby 3 y 4, donde el personaje canta: 'Yo soy un Tubby, que andaba solo, en una ciudad pesada...', muy querido *jingle* que hoy día sigue siendo recordado por la gente. El caso es que una noche lo presenté en *El Show Creativo*, diciendo algo así como que era un verdadero motivo de satisfacción estrenar esa pieza de la historia de la publicidad argentina y que ahora mi meta era poder conseguir y presentar algún día Tubby 1 y Tubby 2.

Al otro día, Rosario, mi hija menor que había estado viendo el programa esa medianoche, me dijo con esa dulzura que tienen los hijos cuando se dirigen a sus padres pescándolos en un error: '*Pa*, vos tenés disturbios cerebrales importantes. Anoche dijiste que te gustaría conseguir la publicidad de Tubby 1 y 2; que nunca existieron! Se llaman 3 y 4 porque tienen 3 y 4 capas de galletita...'. Y yo que creía que ese producto era como el Peugeot, que sacan todo el tiempo nuevas versiones. O sea, 403, 404, 504, etc... Imaginen mi cara ante mi error. Fue uno de los tantos papelones que cometí a lo largo de estos 30 años conduciendo *El Show Creativo*. Espero que lo hayan disfrutado tanto como yo en su momento. Después de todo... ¿no es lindo reírse de uno mismo?".

LOS ARGENTINOS
Y BAGLEY

JUAN RAMÓN GUJIS*

** periodista especializado en publicidad y conductor de "El Show Creativo".*

CAPÍTULO 14

1994-2003

1994

VIENTOS DE CAMBIO

2003

A MEDIADOS

de la década del '90, la transformación de Bagley protagonizó un nuevo salto tecnológico. Siempre con la mirada puesta en ofrecer productos innovadores y de calidad a los consumidores de Argentina y el mundo, la experiencia centenaria de la empresa se potenció con una novedad: el grupo francés Danone adquirió la compañía en 1994. El *know-how* combinado de ambas firmas y la necesidad natural de acentuar el enfoque

EN ACCIÓN. En la década del '90, con la venta a la multinacional francesa Danone, la producción de galletitas Bagley comenzó a recibir un fuerte impulso hacia su regionalización.

hacia los mercados externos posicionó a las marcas de Bagley ante una nueva oportunidad. Se profundizaba un camino exitoso de expansión regional. La fusión con Danone permitió trascender con más firmeza las fronteras de un mercado local que Bagley ya había conquistado gracias a su *portfolio* de marcas imborrables, afectivamente cercanas al consumidor a partir de un sólido apoyo comunicacional. >

PLANTAS CON HISTORIA I

En 1995, comienza a operar una de las cuatro plantas que Bagley posee actualmente en la Argentina. Por entonces, bajo la conducción de Luis A. Pagani, presidente del Grupo Arcor, se inauguró la planta de galletas más avanzada del país en Salto, provincia de Buenos Aires, que en 2005 pasa a integrar Bagley Latinoamérica a partir de la alianza entre Arcor y Danone.

UN CLÁSICO QUE NO DEJA DE INNOVAR

Sin perder su inconfundible sabor original, las Criollitas iniciaron un prolífico camino de extensión de marca. Si a principios de los '90 los consumidores se sorprendían con la versión "Más Grande", en 1994 llegaría una propuesta saludable: las Criollitas sin sal agregada. En 2000, llegaron las Criollitas Lacteadas, ricas en calcio, ideales para un público infantil. Cuatro años más tarde, la innovación adoptó mayores riesgos, aunque con el mismo éxito: se presentaron las Criollitas 3 cereales. Actualmente, las Criollitas se elaboran en Villa Mercedes, San Luis y en Salto, provincia de Buenos Aires, para luego partir hacia destinos como Paraguay, República Dominicana, Panamá, España, Angola y los Estados Unidos.

MÁS MARCAS. La adquisición de Danone sumó nuevas etiquetas al portfolio de Bagley.

> EN 1997,

la multinacional francesa se había quedado con el 100% de Triunfo, una tradicional fabricante brasileña de galletitas creada veinte años antes por Campineira de Alimentos, compañía de fuerte actuación regional en el estado de San Pablo. En abril de 2001, la división galletas del Grupo Danone en Brasil se asoció con LU, una marca internacional del líder europeo y Triunfo pasó a producir bajo un nuevo lema nutricional enfocado en "Energía para el día a través de productos con nutrivitaminas".

Del mismo modo, Bagley sumó, también en Brasil, la experiencia de grupos como el brasileño Aymoré, ubicado en Minas Gerais, cuya totalidad del paquete accionario fue adquirida por la multinacional Danone en febrero de 1999.

El ingreso en el nuevo milenio preparaba a Bagley para ser protagonista de un proceso con fuertes vientos de cambio. •

Punto de Reunión
LA ESTRELLA
80
PASO DE PEATONES

PLANTAS CON HISTORIA II

La fábrica de Salto no fue la única que enriqueció la plataforma industrial de Bagley luego de que Arcor se uniera a Danone en 2005. En 1997, la compañía fundada por la familia Pagani adquiere la totalidad de la firma cordobesa Lía, con quien ya se había asociado en 1975 a través de Pancrek S.A., primer paso de Arcor en la producción de galletitas. Esa alianza derivó en la elaboración de productos emblemáticos como Vocación y Serranitas, desde dos fábricas que actualmente funcionan bajo el paraguas de Bagley: una ubicada en la capital provincial y la otra en Villa del Totoral, 80 kilómetros al norte de la ciudad de Córdoba.

CAPÍTULO 15

2004-2014

2004

LA UNIÓN DE DOS EMPRESAS DE AVANZADA 2014

EN ENERO DE 2005,

como resultado de la alianza estratégica establecida por Arcor y Danone, los negocios de galletas, alfajores y barras de cereal en la Argentina, Brasil y Chile se unieron para conformar una de las mayores empresas de galletas de América del Sur. Nacía Bagley Latinoamérica.

Si hasta 2004 Bagley exportaba a más de 35 países de Europa, África, Oceanía, Lejano Oriente, América del Norte, América Central, América del Sur y Caribe, la nueva firma podría desarrollar con más herramientas su perfil exportador y su probado expertise para adaptar sus productos a los particulares hábitos de consumo de cada mercado. La operación combinó un fortalecimiento mutuo de los mejores atributos de ambas compañías: el potente y diversificado portfolio de marcas de Bagley, forjado a lo largo de 140 años, más las ventajas competitivas del sistema de distribución y la vocación emprendedora del Grupo Arcor.

Como consecuencia del nacimiento de Bagley Latinoamérica, en 2005 empezó a operar formalmente en Brasil a través de Aymoré y Triunfo, y en Chile con la División Galletas de Arcor Dos en Uno, creada en septiembre de 1999.

Bagley
LATINOAMERICA S.A.

CALIDAD CERTIFICADA

En la actualidad, Bagley Latinoamérica cuenta con en seis plantas industriales propias.

Entre las cuatro ubicadas en la Argentina (dos en Córdoba: Capital –Lía– y Villa del Totoral, en Salto –provincia de Buenos Aires– y Villa Mercedes –San Luis–), producen más de 220.000 toneladas de galletitas por año. En Brasil se ubican las otras dos plantas, una en Belo Horizonte (Minas Gerais) y la otra en Campinas (estado de San Pablo). Adicionalmente, en Chile cuenta con producción en dos plantas (Cerrillos y Arauco).

En Arroyito,Córdoba, hay una línea que elabora las barras de cereal Cereal Mix. Todas las plantas se encuentran certificadas bajo las normas internacionales de calidad ISO 9.000 e ISO 14.001.

LA INNOVACIÓN

fue siempre una bandera para Bagley. El nuevo milenio no podía ser una excepción a ese espíritu que significó una constante en la historia de la compañía. La primera década del siglo XXI, entonces, fue un momento inmejorable para agrandar la familia de varias marcas.

Después de muchos reclamos de sus viejos (y no tan viejos) fanáticos, en 2008 volvieron las Tentaciones con sus sabores emblemáticos de la línea mousse: chocolate, chocolate blanco, frutilla y limón. Las mismas recetas, la misma calidad y también el mismo nivel de creatividad en las campañas publicitarias.

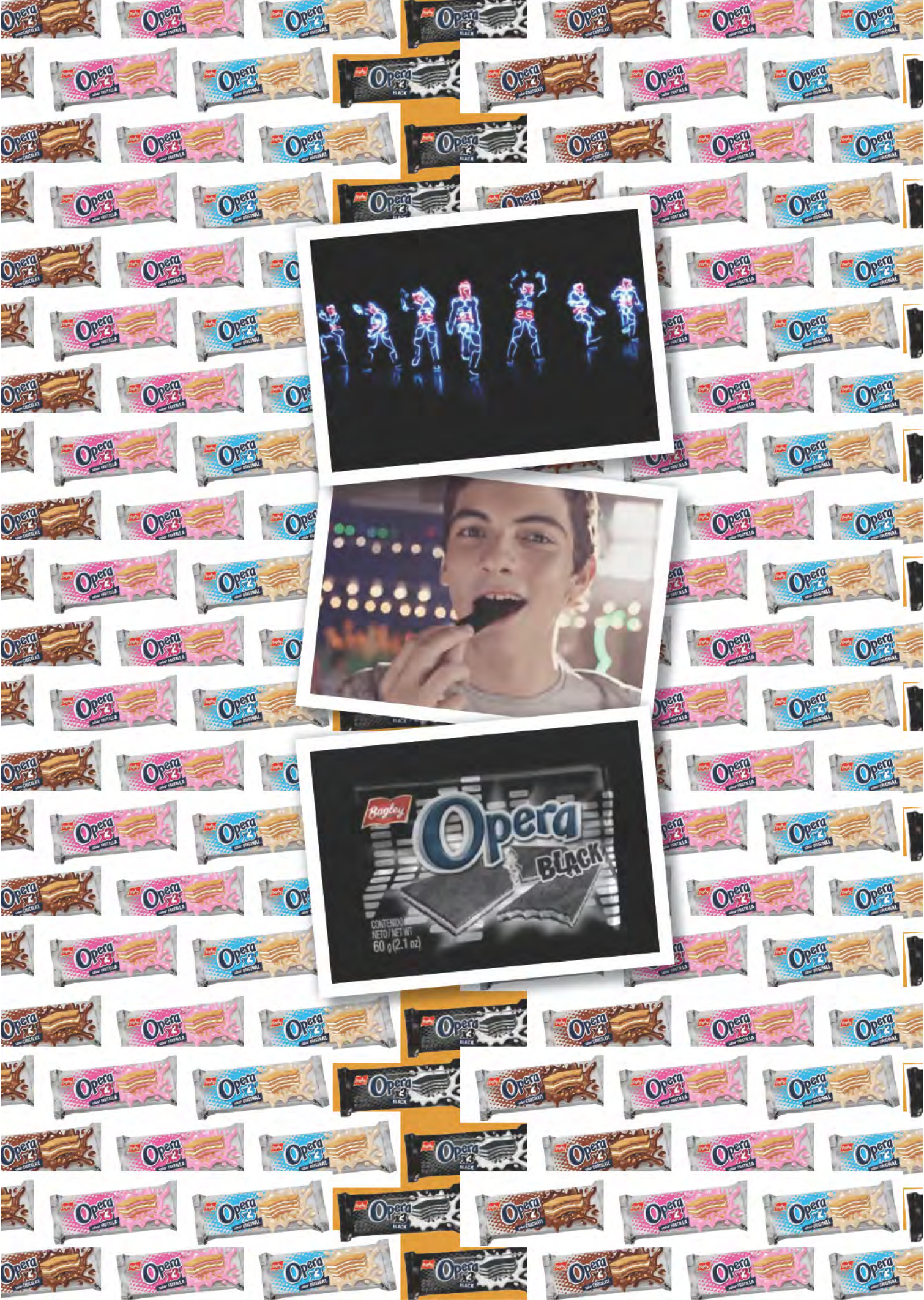
En 2011, el éxito del regreso animó a la marca a ofrecer una nueva variedad: las Tentacio-

nes con Chocolate Águila, que combinan el intenso sabor de este chocolate con una deliciosa crema de limón. Pero no terminó allí la extensión de marca. En 2012 se lanzó la línea Postre, la primer galleta del mercado que combina 2 rellenos diferentes en una misma tapa, sabores Lemon Pie y Frutos Rojos. Entre los alfajores, los recordados Blanco y Negro volvieron a copar el mercado también en 2008, en presentaciones individuales y también en los prácticos packs de 6 unidades. En 2012, la marca apostó por una innovación, el alfajor triple, bautizado B&N 3.0 y a un cambio de imagen marcaria. Al año siguiente, llegó la variedad Mousse, también elaborada en Villa Mercedes, San Luis >

> OTRA ETIQUETA EMBLEMÁTICA

que protagonizó una deliciosa ampliación de su *portfolio* en los primeros años del nuevo siglo fue Ópera. Primero con las Pop y Cool, y luego –en 2007– con la línea Ópera Triple, que a diferencia del resto viene con 3 capas de relleno, formato cuadrado y variedad de sabores: original, frutilla y chocolate. En 2013, la marca vuelve a sorprender, esta vez con las Black.

Por otro lado, las Sonrisas también expandieron sus límites. Primero, la marca incorporó el concepto Nutrileche como aval nutricional, para luego sumar los sabores Vainilla, Chocolate y Limón a su versión original. En 2011, la modernización de las Sonrisas sumó las Pícaras, con una sola tapa con doble relleno de frambuesa. Las Sonrisas se exportan a Paraguay, Bolivia, España y los Estados Unidos. >


Bagley
Opera
BLACK
CONTENIDO NETO / NET WT
60 g (2.1 oz)

OTRO ÍCONO

que engrosó su oferta fue Rumba. Aunque venía conquistando el mercado desde la década del '60, la marca inició el nuevo milenio con varias novedades. Luego de nacer como parte del trío Amor y Mellizas, las Rumba finalmente se independizaron y dieron lugar a su embajador de marca, Yico Rumba, un particular personaje que fue adquiriendo protagonismo absoluto en las campañas publicitarias.

En 2011, para profundizar la renovación de la marca, Rumba amplió su familia de productos con el lanzamiento de Rumba Chocolatosa, hecho con galletitas de chocolate y relleno de crema de chocolatada. En 2013, el camino iniciado por Chocolatosa fue seguido por otra variedad bajo el paraguas de Rumba, las Banana Split.

> Snacks, crackers, galletitas de cereal, surtidas, rellenas, dulces secas, obleas, tostadas, barras y alfajores.Sonrisas, Merengadas, Rumba,Mellizas, Amor, Chocolinas, Coquitas, Criollitas, Traviata, Opera, Melitas, Porteñitas, Tentaciones, Blanco y Negro, Rex, Kesitas, Saladix, Mana, Hogareñas, Serranitas, Formis, Cereal Mix, entre otras. . Un listado de productos y marcas que protagonizan una rica historia de innovación y calidad.•

Esta es la inspiradora historia de Bagley, pionero en la fabricación de galletitas en el país, que hoy, después de 150 años es sinónimo de galletas en la Argentina. Esos 150 años vividos a través del sabor que tantas marcas imborrables dejaron en nuestros paladares, y sobretodo, en nuestra memoria.
Es un gran momento para compartir nuestro espíritu emprendedor, nuestros logros y esos sueños originarios, que a través de los años se colmaron de historias. Historias que fuimos construyendo, que comenzaron en 1864 y que seguiremos escribiéndolas juntos.

SIGAMOS ESCRIBIENDO LA HISTORIA JUNTOS....

Agradecemos la colaboración de las celebridades que aportaron sus testimonios y, principalmente, de los empleados del Grupo Arcor que compartieron sus historias y nos proporcionaron información para poder escribir este libro rico en historias y vivencias.

Diseño e investigación:
Grupo Q

Fotografía:
Archivo General de la Nación Dpto. Doc. Fotográficos. Buenos Aires. Argentina; Ignacio Sánchez.

1864 - 2014