

ENTREVISTA

Adriano Merigli. "El mercado está en baja, pero hay espacio para crecer"

El nuevo presidente de Volvo Trucks & Buses Argentina cree en el potencial del país y se enfoca en la red de concesionarios de la marca

Texto **Alejo González Prandi** | REDACCIÓN EXPOTRADE

La compañía de origen sueco Volvo anunció en julio que Adriano Merigli había sido elegido presidente local de Trucks & Buses. En dos meses, el ejecutivo brasileño visitó a más de 100 clientes de variados rubros en distintas localidades, entre ellas Mendoza, Rosario y Paraná. Esos encuentros con empresarios le marcaron una posible idiosincrasia del país al que llegó acompañado por su familia. "Me describieron a la Argentina como una montaña rusa, que cuando terminas la vuelta pides una más", confesó.

Más allá de las circunstancias políticas y económicas, el directivo aclaró que la terminal siempre mira "para adelante", ya que "hay espacio para crecer". Con varios proyectos en danza, Merigli tiene en mente consolidar y unar la calidad de los servicios de la red de la compañía. No duda del potencial de mercado local ni de las herramientas que tiene Volvo para generar buenos resultados, a pesar de los malos momentos que pueda atravesar el país.



P - ¿Cómo ve la situación del sector desde su llegada a la Argentina?

R - Es volátil por la situación económica. El mercado está en baja, pero hay rubros en desarrollo. Se observa movimiento en nichos como carga peligrosa, combustible y transporte internacional. Lo que está retrasado es la renovación de flota. Las unidades se están quedando un poco viejas, pero debemos encontrar juntos la solución. Si nos quedamos llorando, no vamos a hacer nada. Nos estamos moviendo con clientes, concesionarios y empresas financieras. Hoy no se compra un camión sin una financiación.

P - En el caso de Volvo, ¿cuáles son esas herramientas?

R - Tenemos una financiación cross border y acuerdos con bancos locales. Si bien las tasas de interés se fueron para arriba, hacemos campañas de tasas subsidiadas y otras formas de pago a más corto plazo. Hoy está el interés de transformar los pesos en algún activo.

P - Los costos de posventa son

cada vez más observados, ¿qué dispone la marca para ese servicio?

R - El costo total de mantenimiento representa un ocho por ciento de la operación de un cliente, mientras que el combustible demanda un poco más de 30%. En ese sentido, hicimos varias acciones. Disminuimos los precios de los repuestos que tienen más rotación y logramos bajar este valor en un 15%, el último año. También creamos un plan a un costo fijo de largo plazo que permite planificar los costos ligados al mantenimiento.

Lanzamos una nueva tecnología de consumo inteligente que demostró un ahorro de un 8,5% de combustible. Si sumamos los generados por nuestra política comercial de posventa a los ahorros en consumo de combustible, logramos bajar los costos operativos en un 5,5%.

P - ¿En qué temas hará foco su gestión?

R - El objetivo es mantener el market share cada vez más alto y alcan-

zar el liderazgo en la línea de pesados. Es un desafío que miramos con mucha atención. El fortalecimiento de los concesionarios es un punto importante. Queremos una red con la misma calidad de servicios integrales, y la capacitación a los choferes es fundamental.

P - ¿Qué están haciendo al respecto?

R - Tenemos varias líneas de trabajo, como las destinadas a los equipos de ventas o a clientes en forma totalmente gratuita. Se capacitaron 1200 conductores de camiones y 152 conductores de buses entre enero y agosto de este año. Volvo tiene dos instructores propios, más otros seis de la red de concesionarios. Esta área es de mayor relevancia cuando el mercado está en baja. Hay más tiempo para capacitar.

P - ¿Cómo está afectando la crisis a la comercialización de buses?

R - Ese mercado cayó mucho, más del 60%. Contamos con un market share mayor al 12%, pero estamos

haciendo pasos importantes en líneas urbanas. A fin de año tendremos algo más concreto para la ciudad de Buenos Aires. Además, en 2019 lanzamos nuevos sistemas para buses, como el de alerta de colisión frontal y el I-coaching.

P - Volvo es protagonista de avances tecnológicos para el transporte, ¿qué es lo que se viene?

R - Contamos con todo tipo de tecnologías. En el mercado global, principalmente en Europa y Estados Unidos, se habla de camiones y buses eléctricos. En América Latina no es un problema de producto, sino de infraestructura, como los puntos de carga. Es un tema que depende de muchos factores. Por otra parte, en Europa la marca posee unidades a gas. Debemos tener uno en el país. Pensamos hacer test de vehículos (camiones mayores a 16 toneladas) a GNL durante el próximo año.

P - ¿La Argentina tiene la estructura necesaria para ese

combustible?

R - No, y tampoco para un sistema de transporte eléctrico. La Argentina deberá decidir qué línea tomará, de acuerdo a su matriz energética y su distribución. Para los dos modos no hay inversión. El mundo está mirando al eléctrico como su base tecnológica. Chile y Brasil ya optaron por ese camino. Volvo dispone de productos para ambos sistemas.

Prevención

Volvo Trucks presentó el Monitoreo Activo de Servicios (MAS), un nuevo servicio que permitirá gestionar en forma proactiva y automatizada los servicios de mantenimiento. A través de una plataforma digital y de un seguimiento a cargo de un equipo especializado, facilitará la gestión en la programación de los servicios de mantenimiento preventivo. Su meta es que los clientes de la marca enfoquen sus recursos en su operación y trasladan a la compañía la responsabilidad por la correcta coordinación y ejecución de los servicios programados de las unidades, logrando alcanzar una la mayor disponibilidad operativa de los vehículos.

Según destacaron desde la terminal, los beneficios para los clientes son varios. Por ejemplo, permitirá aumentar la efectividad en la ejecución de los servicios preventivos de las unidades y logrará aumentar la disponibilidad operativa de los camiones. También les dará la posibilidad de programar con anticipación la detención de las unidades, optimizando los tiempos de parada y finalmente contribuirá a una optimización de la operación del cliente, disminuyendo cargas administrativas de planificación de servicios.

El sistema se operará a través de una plataforma web y una app para la recepción de información relacionada a la coordinación, ejecución y finalización de los servicios preventivos.

El MAS está destinado a clientes de la marca que cuentan con unidades bajo contrato de mantenimiento Oro, Azul y Azul Plus y que posean el hardware de telemetría. La implementación se hará efectiva a partir de octubre de 2019. ●

T | TRANSPORTE & LOGÍSTICA

Recibí la mejor información del Transporte & la Logística en tu celular T&L WAPP

+54 9 11 6950 9333

ideas

SÁBADOS
CON TU DIARIO