

# TENDENCIA



## Autoelevadores. Los equipos eléctricos se abren paso

El mercado comienza a aceptar la incorporación de motorizaciones de menor contaminación

**Eduardo Pérez**  
REDACCIÓN EXPOTRADE

El autoelevador a combustión de 2,5 toneladas de capacidad fue el clásico del mercado durante muchos años. Sin embargo, en los últimos tiempos comenzó a ceder en su reinado debido a las mutaciones en la demanda hacia equipos más específicos, más amigables con el medio ambiente y de menores costos operativos.

En el mercado local, siguiendo las tendencias globales, en especial en lo referido a los depósitos, los equipos eléctricos han ganado terreno, en los primeros tiempos con los de baterías de plomo ácido. Pero últimamente los de litio comenzaron a ocupar espacio, gracias a una prolongada vida útil, el menor consumo de los cargadores, la mayor eficiencia energética y los menores tiempos perdidos en las cargas y recambios.

"Esta tecnología representa una reducción de costos, en compara-

ción con los eléctricos estándar, que requieren dos o tres baterías, según cuál sea la operación, el de litio es un equipo con una sola batería que implica una modificación en el sistema de trabajo, ya que da la posibilidad de hacer cargas de oportunidad más consecutivas", explicó Santiago Gramajo, gerente de Ventas & Marketing de Toyota Material Handling Mercosur.

Agregó que, "además, ya no es necesaria la persona de mantenimiento de flota que se dedica a la carga de baterías, no se necesita un espacio para su alojamiento, como era con las baterías tradicionales y también se prolonga la vida útil del equipo".

**Cambios en el mercado**  
Gramajo insistió en que "en la Argentina el mercado está mutando. La tendencia es ir hacia lo eléctrico. Con una relación que no supera el 40% de la flota, todavía estamos lejos de Europa o Estados Unidos, donde la relación es de más de 50% y puede llegar hasta 70%, pero seguimos esa tendencia

mundial. Vemos que el porcentaje de demanda de equipos eléctricos será mayor".

Aseguró que "en la comparativa el mantenimiento del equipo eléctrico es mucho más bajo" y precisó que "si bien la inversión inicial es mayor, a partir del tercer o cuarto año el costo operativo cambia y la curva disminuye. Con baterías de plomo ácido todavía se debe calcular el costo de recambio, pero en las de litio eso baja aún más. Además, el mantenimiento es mucho más sencillo, no tiene filtros, no tiene cambios de aceite, no genera residuos".

"Por temas de sustentabilidad, estamos certificados ISO 14001 y trabajamos con empresas que en sus centrales pasaron de la combustión interna a los eléctricos y buscan hacer lo mismo en sus filiales. Es la exigencia de cero emisión y la reducción de la huella de carbono, muy vinculado con la responsabilidad social empresarial", destacó el directivo de Toyota MH. Por otra parte, Gramajo observó

que "lentamente, estamos notando una mayor demanda de alquiler desde seis meses o un año, hasta plazos más prolongados de tres a cinco años. Los motivos son diversos, no tener un activo propio, tercerizar mantenimiento y reparación de la flota, y apuntar al core del negocio en particular. También influye la decisión sobre una inversión en tiempos de crisis".

Tras reconocer que "se sigue la línea de Estados Unidos y Europa y de otros países latinoamericanos, donde la mayoría de los equipos son rentados, hoy, el 12% de la flota se destina a alquiler. Todavía es un porcentaje bajo, pero venimos de años en que ese porcentaje era de cinco a ocho por ciento. Ahora, tenemos 600 equipos propios rentados y considerando toda la red de concesionarios ese número se eleva a 2000 unidades. Apostamos a incrementar esa participación".

Según el directivo, "para el cliente la ventaja es conocer cuál es el costo fijo durante lo que dura el contrato, se desliga de prever el mantenimiento u otras paradas y se puede dedicar a su negocio central. A lo que apunta Toyota MH es a ser un proveedor de soluciones integrales y asesorarlo en lo que necesita su operación".

### Novedades

"Nos involucramos más en la operación del cliente con el criterio de mejora continua, Kaisen. La idea es ofrecer todas las posibilidades. Hoy la venta y la postventa van de la mano, hasta llegar a la recompra de equipos, para el cambio. Mutamos de vender productos a ser un proveedor de servicios. Por eso se hacen capacitaciones al equipo de venta, para que pueda brindar la mejor solución para el cliente, como a los técnicos que atienden los servicios", destacó Gramajo.

Con esa perspectiva, la empresa presentó el Traigo 80, una nueva línea de autoelevadores eléctricos alimentados con baterías de 80 voltios y que se ofrecen con capacidad para tres toneladas y media, cuatro, cuatro y media, cinco, seis, siete y ocho toneladas con la opción de tener tecnología de litio, dado que "el mercado se está especializando más, principalmente en lo que es warehouse, donde las operaciones son más específicas", insistió el directivo.

Consignó que también incorporaron "una traspaleta, la LPE 200 B algo más básica y económica que la tradicional de Toyota LPE 200, que apunta a las operaciones no dema-

siado intensivas, que no requieran de trabajar tres turnos, en las que se utilice una sola batería".

En igual sentido, la empresa presentó un apilador reach Raymond con batería de plomo ácido que, sostuvo, "es único en el mercado mundial, por su altura de 13,767 metros (542 pulgadas), con pantógrafo de doble profundidad, con una capacidad de carga de 454 kilogramos en el máximo de su requerimiento. Por ahora, en la Argentina todavía no hay depósitos de esa altura" dijo el gerente de Ventas & Marketing de Toyota Material Handling Mercosur.

En el país, el equipo de mayor altura era de 11,50 metros, aunque el estándar era de 10,50. Para Gramajo este apilador se podrá destinar al "e-commerce, en almacenes más cercanos a las zonas urbanas, donde es mayor el precio del metro cuadrado, lo que puede llevar a que los depósitos tengan más altura, por lo cual estos equipos comenzarán a tener mayor demanda".

### Instalaciones

En su nuevo edificio corporativo, donde funcionan las oficinas de la sede de Toyota Material Handling para el Mercosur, la empresa instaló un área para talleres donde se reparan los equipos que no puedan ser atendidos en las instalaciones de sus clientes y se preparan los que serán entregados con los criterios acordados con quienes serán sus usuarios.

La empresa cuenta también con un servicio de mantenimiento y reparación a través de 20 talleres móviles propios e cubren un radio de 120 kilómetros en torno de la Ciudad de Buenos Aires. Cinco de esos vehículos atienden el sur del conurbano porteño y la Ciudad de Buenos Aires, y el resto fue destinado a la zona norte, donde se concentra la mayor cantidad de sus clientes. El 70% de las operaciones se hacen bajo contrato de mantenimiento, por lo cual el cliente sabe con qué frecuencia el técnico lo va a asistir.

Además, en el último piso del edificio corporativo fueron instaladas dos grandes aulas para capacitar a los técnicos que luego brindarán servicio a la flota de la empresa y a los integrantes del equipo de ventas propio y de sus concesionarios en la región. En el mismo lugar se da parte de la capacitación obligatoria para operadores dispuesta por la Resolución 960/2015 de la Superintendencia de Riesgos de Trabajo. ●

[www.arlog.org](http://www.arlog.org)

# 24 OCTUBRE 19

Goldcenter . CABA

## Resiliencia: El Desafío de Adaptar la Logística

VACANTES LIMITADAS

**Dr. Sergio Berensztein**

**Dr. Carlos Melconián**

**Dr. Gerardo Díaz Beltrán**