

PUNTOS CARDINALES



GNC

Las cámaras que nuclean a las empresas del sector del Gas Natural Comprimido (GNC) destacaron el plan que impulsa el Gobierno para el uso de este combustible en camiones y colectivos de media y larga distancia.



AEROLÍNEAS INTERNACIONALES

Las aerolíneas internacionales piden que se hagan pruebas de Covid-19 en los aeropuertos a todos los pasajeros internacionales antes de volar para evitar las cuarentenas, a las que culpan de exacerbar la caída de los viajes.



• DESDE CÓRDOBA El Tector a GNC

Sustentabilidad. Las energías alternativas llegan a las rutas

Iveco presentó en el mercado argentino los modelos disponibles con tecnologías GNC y GNL.

Alejo González Prandi
REDACCIÓN EXPOTRADE

Del 16 al 22 de este mes se celebró la Semana de la Movilidad Sustentable e Iveco aprovechó la ocasión para exhibir con hechos concretos su compromiso en el camino de la reducción del impacto ambiental que generan los medios de transporte.

En un encuentro virtual coordinado por el gerente de Comunicaciones de CNH Industrial, Justo Herrou, directivos y especialistas de Iveco a nivel local e internacional comentaron las últimas acciones de la marca en el uso de energías alternativas al diesel y su mirada sobre el futuro. Abordaron la línea completa de productos a GNC (Gas Natural Comprimido), la fabricación nacional de camiones con esta tecnología, el lanzamiento del primer modelo a Gas Natural Licuado (GNL) y el recorrido hacia la electrificación.

A este evento, Iveco Argentina llegó con una noticia reciente: la fabricación en marcha de la primera unidad comercial propulsada con combustible alternativo en el país, el Tectora GNC, en su Polo Industrial de Ferreyra, en la ciudad de Córdoba. La unidad ya había recibido la homologación de comercialización y producción en julio de este año. Un mes después, la terminal lograba la certificación para el nuevo Stralis Cursor 13 a GNC y en su configuración a GNL.

Marcio Querichelli, responsable de la automotriz para América del Sur, recaló que las nuevas líneas de productos "reducen sustancialmente los costos operativos e incrementan la rentabilidad de los servicios de transporte". También mencionó que en consonancia con el uso de energías más limpias y cuida-

dos del medioambiente en la región, "Iveco hace tiempo que viene siguiendo ese camino con grandes inversiones en el desarrollo de vehículos comerciales con combustibles alternativos".

El ejecutivo destacó que el GNC genera reducciones de hasta 90% del dióxido de nitrógeno, 99% de partículas y puede llegar al 95% cuando se utiliza el biometano como combustible. Por su parte, el GNL da pasos firmes "comienza a pisar fuerte en la región", dijo al informar que la compañía vendió 35 unidades Stralis Cursor 13 NP 460 a GNL -de fabricación europea- a una empresa chilena, en el marco de una estrategia para reducir su huella de carbono en la etapa de distribución.

"La Argentina presenta una gran oportunidad de desarrollo de productos a GNC por sus reservas naturales del recurso, como Vaca Muerta, su amplia red de suministro y su fábrica de última generación, en Córdoba", aseguró el directivo.

Un punto clave en su relato fue la mención a la alianza de la automotriz con Nikola Corporation para "acelerar el impulso hacia la neutralidad de las emisiones de los camiones pesados mediante la adopción de células de hidrógeno y también de tecnología de baterías a fin de llegar a cero emisiones en el mediano plazo. Ese es el futuro".

En palabras de Querichelli, el GNL comienza a asomar con una solución para largas distancias y será uno de los protagonistas durante los próximos años de una estrategia de transición de la marca hacia la electrificación.

Factores de cambio

En esa línea que consiste en enfatizar las cualidades nacio-

nales para la implementación de tecnologías amigables con el medioambiente, Francisco Spasaro, director comercial de Iveco Argentina, enumeró cinco cuestiones estratégicas para la introducción de una nueva energía que deba reemplazar al gasoil: el menor impacto ambiental de pozo a rueda y disposición final; la disponibilidad del recurso natural; la madurez y confiabilidad de la tecnología; la performance operativa; y la accesibilidad en el costo de las unidades.

Spasaro recordó que el combustible representa aproximadamente el 40% del costo total del transporte de cargas. "El uso del GNC permite bajar ese costo a la mitad. Tenemos una gran experiencia como marca y en Latinoamérica también. En la provincia de Córdoba se fabrican hace más de 10 años camiones con esta tecnología para el mercado de exportación", dijo y llamó a los actores del sector a colaborar en el cambio hacia energías más limpias.

Italo Palmerini, especialista en Iveco de Natural Power para Europa, trazó un recorrido sobre el panorama de los combustibles alternativos al gasoil en el Viejo Continente y resaltó las ventajas que tiene la Argentina para dar los pasos necesarios hacia un mejor transporte de cargas. Dentro de su gama denominada "Natural Power", que incluye a sus vehículos propulsados a GNC y GNL, actualmente Iveco tiene disponible cuatro líneas de productos y diferentes versiones de cada uno: las líneas Daily, Tector y Stralis, esta última en sus versiones GNC y GNL. ●

Pesados. Una apuesta de cara a una mayor durabilidad y a la baja de costos

Con la Serie 500, Hino suma una nueva línea de camiones

Alejo González Prandi
REDACCIÓN EXPOTRADE

Con la familia Serie 500, Hino presentó su nueva línea de camiones pesados. Compuesta por 11 productos distintos, cada uno registra diferentes tipos de configuraciones asociadas a los pesos y potencias aplicadas.

En la Argentina, por ahora, se empezarán a comercializar los modelos SG, GH y FM. El GH (chasis 4x2) que cuentan con una versión de 280 caballos o 260 caballos con caja automática. El SG son tractores (4x2) con opciones de 350 y 280 caballos y un motor de nueve litros -en breve, llegará al país el de ocho litros-, más el de 260 con caja automática, y también el FM 280 (6x4).

Los camiones están destinados para los segmentos del agro, la distribución urbana, la interurbana y off road. "Es donde principalmente vamos a estar buscando el perfil del cliente Hino", dijo Víctor Moure, director comercial de Hino en el país. El directivo enfatizó que para el agro cuentan con versiones tractor y chasis, mientras que en el off road -construcción, minería o petróleo-, presentan aplicaciones de 6x4, tanto chasis como tractor. En distribución urbana, en la que ya se trabaja con la Serie 300, la terminal apunta ahora a productos de mayor porte para alcanzar las 12 toneladas. En interurbano, el modelo SG 350 incluye cabina dormitorio, caja de mejor relación y distintos tipos de funcionalidades para desarrollar una logística de 500 o 600 kilómetros de distancia.

Con respecto a la expectativa sobre la Serie 500 en el mercado local, Moure afirmó: "La experiencia que hizo Hino en cinco años nos marca que debemos ir de a poco. Siempre estamos buscando la atención personalizada e ir creciendo paulatinamente. También tratamos de entender el requisito de cada industria para estar a la altura de la necesidad del cliente".

"A su vez, para seguir confirmando lo que nos pasó con la Serie 300, que fue un segmento donde cada vez que el cliente nos probaba con el producto siempre respondimos con valor agregado: servicios de posventa y atención personalizada. El servicio logístico demanda mucha atención para ser eficiente y ahorrar costos", agregó.

También comentó que reciben muchas consultas, sobre todo en este escenario de cuarentena.

"Calidad, valor de reventa, posventa, bajo costos de operación y durabilidad son conceptos que el cliente Toyota entiende como diferenciales de la marca. Al llegar el segmento de camiones pesados, conlleva un mayor nivel de consulta en el segmento que busca ese tipo de productos", dijo.

Moure mencionó que los protocolos para la atención del público se realizan con todos los cuidados pertinentes. "Hoy, la atención es muy secuenciada, con equipos de trabajo independientes, de manera de evitar los contagios cruzados. Somos muy estrictos con los protocolos de sanitización para evitar cualquier entrecruce entre clientes o con personas que podrían ser de riesgo".

A medida

Por otra parte, el empresario dijo que para las alternativas de financiación Hino "está trabajando muy estrechamente con Toyota Compañía Financiera, que tiene una cartera de alternativas muy flexible para adaptarse a cada necesidad. Por ejemplo, hay un leasing que tiene la característica de multiproveedor, donde no sólo se puede adaptar la financiación a la compra del camión, sino también de la carrocería para operar. Entonces, contamos con planes que van desde un crédito prendario de 12 a 60 meses y en el otro extremo el leasing multiproveedor".

En el abanico de la terminal, Hino Pro ocupa un lugar a tener en cuenta, al tratarse del sistema de telemetría de la compañía. Al respecto, Moure dijo: "Le ofrecemos al cliente no sólo la experiencia de utilización de un camión de la calidad del grupo Toyota, sino también en asesorarlo para mejorar el rendimiento del vehículo".

Entre los ejemplos que dio, figura el de optimizar la utilización del chofer, a través de capacitaciones o mejoras operativas, y la distribución de pesos o desarrollos de carrocerías. "Lo que buscamos a través de información técnica que reportamos desde el camión de manera on line, es ofrecer asesoramiento en modos de conducción, desgastes prematuros o planes de mantenimiento", afirmó el directivo.

Victor Moure remarcó que uno de los factores que resume la línea de camiones de Hino es el concepto de diseño y concepción del producto. "El QDR -Quality Durability Reliability- es la estrategia de diseño de un producto Hino. Incluye tres términos: calidad, durabilidad y fiabilidad", enfatizó. ●