



Mercedes reduce el consumo de la nueva versión del Actros

El nuevo Mercedes-Benz Actros mantiene una estética exterior prácticamente idéntica a su inmediato antecesor. El gran salto cualitativo de la versión más reciente de este modelo, presentada en septiembre de 2018, radica en el interior. El fabricante alemán se ha esmerado en plantear un vehículo pesado adaptado a los nuevos tiempos de la conducción y también a las nuevas necesidades que demandan sus clientes. Prueba de ello, es el esfuerzo realizado para disminuir el consumo respecto a la versión anterior, según ha destacado la compañía durante una presentación a los medios de comunicación de España y Portugal. Ahora, el nuevo Actros consume el 3% menos en larga distancia y el 5% menos en tramos interurbanos.

Otra de las grandes apuestas de Mercedes-Benz Trucks para el diseño de esta actualización del Actros es la tecnología. “Hemos querido ser siempre líderes en tecnología”, reconocía el ingeniero jefe para el desarrollo del nuevo Actros, Horst Junghans. El nuevo modelo representa un cambio de paradigma en este aspecto,

con numerosas mejoras en términos de conducción asistida, digitalización y conectividad. En primer lugar, la marca ha tenido en cuenta la dificultad para atraer conductores profesionales al sector, por lo que ha trabajado en un modelo en el que domina la búsqueda del confort, las pantallas y el acceso a través de ellas de innumerables variables relacionadas con la conducción y el estado del vehículo, incorporando, por ejemplo, los avisos productivos de futuras averías.



Detalle del MirrorCam que sustituye los retrovisores exteriores / Mercedes-Benz Trucks

Sin duda, uno de los elementos icónicos de este Actros es la desaparición de los retrovisores, que han sido sustituidos por cámaras (MirrorCam). Esta innovación, de serie en España, ha llevado a Mercedes-Benz Trucks un desarrollo de cinco años. Además de permitir un cierto ahorro en el consumo por mejorar la aerodinámica del vehículo, la MirrorCam incrementa la visibilidad, eliminando los ángulos muertos, e incorpora también un asistente de giro.

Las modificaciones en términos de software y de mejoras tecnológicas respecto a su predecesor son numerosas. Más allá de las enumeradas anteriormente, destacan también los sistemas de asistencia en la conducción, que permiten adaptar la distancia respecto al vehículo delantero, adaptar la velocidad en

función de la orografía del terreno de forma avanzada, freno automático ante la presencia de un peatón y el reconocimiento de señales de la vía como las líneas de la carretera, entre otros.

¿AUMENTO DE PRECIO Y DIFICULTADES DE LOS CONDUCTORES DE MAYOR EDAD?

Este salto tecnológico conlleva un incremento de precio al aumentarse las prestaciones del vehículo. Sin embargo, según ha cifrado la compañía alemana, el modelo base encarece su precio bruto (antes de la aplicación de descuentos) en 5.000 euros.

El protagonismo de la tecnología también podría interpretarse como una barrera para los conductores profesionales de mayor edad, menos acostumbrados a ella. En este sentido, Mercedes-Benz Trucks se ha adelantado a esa posible situación en el mercado con numerosas consultas a profesionales del sector para calibrar el impacto. “En una fase muy temprana del desarrollo, consultamos a 100 conductores de diferentes perfiles y países con vehículos Mercedes o de nuestra competencia”, ha explicado el ingeniero jefe para el desarrollo del nuevo Actros durante la presentación del camión en Barcelona. El resultado fue mejor de lo previsto: “Incluso los conductores de mayor edad se mostraron satisfechos a pesar del peso de la tecnología”.

EL NUEVO ACTROS LLEGA A ESPAÑA CON MERCEDES COMO LÍDER

La llegada de esta actualización del Actros a España se produce en un periodo en el que Mercedes-Benz Trucks lidera las matriculaciones de vehículos industriales. En el primer cuatrimestre de 2019, han crecido el 21,6%. A este respecto, el consejero delegado de la marca alemana en España, Antonio García-Patiño, ha recordado que el mercado español es el más competido de Europa: “Es el único con siete marcas con una participación del mercado del 10%”. Por ello, aunque ha mostrado su satisfacción por el liderazgo de la compañía en España, la ha tildado de coyuntural, puesto que una marca premium difícilmente suele ser la más vendida en un mercado. En palabras del propio consejero delegado de Mercedes-Benz Trucks en España, el fabricante apuesta antes por el liderazgo tecnológico que por el de unidades matriculadas. “Ojalá el liderazgo en número de unidades

vendidas sea una constante, pero me temo que será una anécdota”, ha concluido.

También ha advertido de que las señales del mercado en España, a pesar del crecimiento de Mercedes-Benz, no son positivas en términos generales, porque está cayendo por encima del 5,7% hasta abril y las previsiones apuntan a un crecimiento plano a finales de este año. En gran parte, esta situación se produce, según el análisis de García-Patiño, porque “las marcas hemos abusado de las recompras en los últimos años y ahora hay que digerirlas”.