

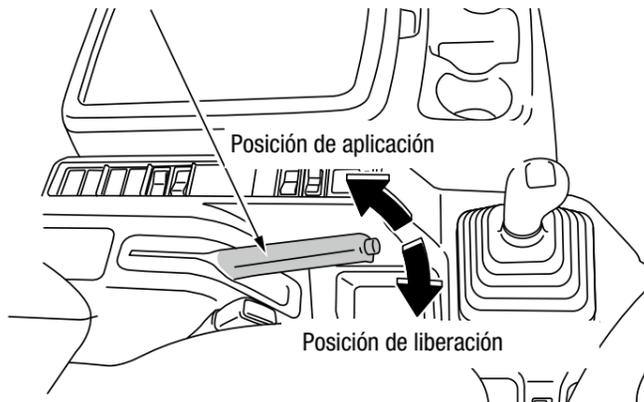
Inspección del freno de estacionamiento para el HINO500 Series, código de producción FC, FD, GD, FG, GH, SG, FL, FM, FT y GT.

El freno de estacionamiento se utiliza cada vez que se estaciona el vehículo. La inspección del freno de estacionamiento de acuerdo con el MANUAL DEL PROPIETARIO es uno de los factores esenciales para la operación segura de su vehículo. En esta sección, nos gustaría explicar cómo se puede inspeccionar el freno de estacionamiento del HINO500 Series. Asegúrese de revisar todos los puntos de inspección en sus inspecciones diarias y mantenimiento y asegúrese también de leer atenta y completamente el MANUAL DEL PROPIETARIO para los detalles.

PRECAUCIÓN

Realice la inspección en una superficie nivelada mientras pisa el pedal de freno.

Palanca del freno de estacionamiento



Inspección de la palanca del freno de estacionamiento

Esta inspección es para verificar si la tolerancia de tracción de la palanca está muy grande o muy pequeña cuando se tira del freno de estacionamiento completamente. Primero coloque la palanca del freno de estacionamiento en el estado liberado y, a continuación, tire de la palanca lentamente con una fuerza constante hasta que se bloquee, y compruebe que el recorrido de la palanca esté dentro del valor estándar de 7-10 muescas, escuchando el número de clics mientras tira de la palanca (el sonido de clic del enganche de las muescas).

Ítem	Valor estándar	Límite de reparación
Tolerancia de tracción de la palanca	7 a 10 muescas	—

Si el recorrido de la palanca no está dentro del valor estándar, solicite su ajuste a un concesionario HINO autorizado.

[Avance de la próxima edición]

¡No pierda nuestro reporte del Rally Dakar 2013 en HINO Cares vol. 20!

¡EI EQUIPO HINO SUGAWARA está listo para enfrentar su 21° desafío!

Una vez más este año, el EQUIPO HINO SUGAWARA se ha inscrito en la categoría Camiones del Rally Dakar 2013, programado para empezar en Lima, Perú, el 5 de enero de 2013. El Coche 1 será pilotado por – como era de esperar – Yoshimasa Sugawara, que retiene el récord del Libro Guinness por 30 participaciones consecutivas en el Rally Dakar. El Coche 2, con varias actualizaciones de rendimiento, incluyendo una carrocería trasera más rígida, será pilotado por Teruhito Sugawara. Esta carrera será la 21ª consecutiva participación de Hino y la empresa estará inscribiendo un camión de carrera (Coche 1) equipado con un nuevo tren de potencia, que incluye un motor controlador electrónicamente (riel común) – el primer en la historia de Hino en esta carrera. Ciertamente, también este año, el Rally Dakar contará con muchos dramas. ¡No pierda nuestro reporte de la carrera en la próxima edición!



Hino Motors, Ltd.
Address: 3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan
Global Site: <http://www.hino-global.com>



©Hino Motors, Ltd. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, copied or transmitted in any form or by any means.

Printed in Japan

HINO Cares

Issue 019

Hino Coloca el Cliente Siempre en Primer Lugar



Ofreciendo el valor único de Hino a las personas de todo el mundo.

Transformando ideas en acciones y caminando al futuro como una “Marca Global para Todos los Clientes”.



“EQUIPO HINO, Avanzando Unido.” El “círculo de personas” y el “círculo de confianza” de Hino dan más fuerza aún a sus capacidades.

En Octubre de 2012, el 70º aniversario del establecimiento de Hino, se realizó la Conferencia Mundial de Hino - 2012 en el Hotel Grand Hyatt de Roppongi, en Tokio. Esta conferencia fue un gran acontecimiento, que fue realizada por primera vez en cuatro años con la participación de los distribuidores y de los concesionarios de todo el mundo con la finalidad de compartir las visiones y estrategias de Hino. Ésta fue la cuarta Conferencia Mundial realizada hasta el momento y contó con la participación de más de 200 representantes de 62 países de todo el mundo. En la conferencia, las presentaciones de las visiones y estrategias específicas de Hino fueron hechas por el Sr. Shirai, Presidente de Hino, y por los Directores Ejecutivos Sénior, los señores Ojima, Maeda y Kokaji, además de otras presentaciones acerca de los esfuerzos y resultados adquiridos por los distribuidores de todo el mundo, todo basado en la filosofía de “Cliente en Primer Lugar” de Hino.

En el comienzo de su presentación, el Sr. Shirai reflejó acerca de los cuatro años desde la última Conferencia y observó “El mundo ha pasado por varias crisis sin precedentes en cuanto a su escala y velocidad, incluyendo el colapso de Lehman Brothers en 2008, la crisis financiera europea y muchos desastres naturales, y en Japón, un yen súper fuerte y desastres naturales de escala increíble. Además, se ha visto el surgimiento de nuevos competidores en el mercado de vehículos comerciales, que están haciendo incursiones en países cerca de Japón. Aún en este entorno comercial extremadamente difícil, Hino ha reforzado constantemente sus operaciones y continuó creciendo. En particular, nuestro crecimiento fuera de Japón ha sido dramático y, para este año fiscal, prevemos un nuevo hito: ventas en el extranjero de más de 100.000 vehículos. En Japón, continuamos liderando el mercado, por el 39º consecutivo año, con la cuota más alta en el mercado doméstico de camiones de servicio pesado y mediano. Vemos este éxito como el resultado de todos – nuestros concesionarios, fabricantes y socios comerciales – haciendo lo que les corresponde, trabajando de manera firme y sostenible. Aquí, nuevamente, quiero expresar nuestra profunda gratitud a todos por sus inmensos esfuerzos.” Los presentes aplaudieron con entusiasmo en respuesta a eso.

Esto fue seguido por las presentaciones acerca de las direcciones para el avance de Hino. “Hino ha estado impulsando sus operaciones basándose en sus ‘cuatro pilares’: (1) Ofrecer productos competitivos, (2) Expandir sus operaciones en el exterior, (3) Aumentar la productividad y capacidad de suministro, y (4) Entrenar personal de confianza.

Sr. Shirai, Presidente de Hino Motors, describe su visión con pasión.



Todos en la sala sintieron que hacían parte de un equipo unido.

Sin embargo, para seguir avanzando debemos hacer más esfuerzos para implementar estos ‘cuatro pilares’, ya que prevemos un entorno comercial cada vez más duro. A continuación, tomaron la palabra los tres directores que explicaron las cuestiones y acciones tomadas en sus respectivas áreas de responsabilidad. Con respecto a la expansión en el exterior, el Sr. Ojima, Director Ejecutivo Sénior, habló acerca de la función de ventas extranjeras en el contexto de la filosofía corporativa de Hino de ser una “Marca Global para Todos los Clientes.” En el área de visión de Hino para lograr las capacidades para desarrollar los productos más avanzados del mundo, el Sr. Maeda, Director Ejecutivo Sénior, describió las funciones de desarrollo de Hino. Y el Sr. Kokaji, Director Ejecutivo Sénior, que está a cargo de las

funciones de producción, habló acerca de las acciones que están siendo tomadas para aumentar la eficiencia de la fabricación para expandir la capacidad de suministro de Hino. En el momento que el Sr. Shirai, Presidente de Hino, pronunció su mensaje de cuarto pilar, “Entrenar personal de confianza”, el entusiasmo se propagó por todos los presentes. “La misión de Hino es servir a las personas y al mundo como un proveedor de camiones y autobuses. Continuaremos haciendo productos para las personas y para el futuro, porque no hay fronteras para esos. —Vemos todos, en cualquier parte del mundo, como un cliente de Hino. Hoy en día, creo que los camiones Hino son esenciales a las vidas de las personas de todo el mundo, transportando todo tipo de cosas. De igual manera, creo que los



Sr. Ojima, Director Ejecutivo Sénior



Sr. Maeda, Director Ejecutivo Sénior



Sr. Kokaji, Director Ejecutivo Sénior

autobuses Hino desempeñan un papel crucial para todos, llevando las personas a donde necesitan – sea transportando niños a la escuela, los trabajadores a la oficina, o las personas de vuelta a casa. El camino que tomamos y en el que seguimos nos une con las personas de todo el mundo. Eso nos enorgullece y nos da una gran alegría. Es un desafío que disfrutamos y enfrentamos con determinación inquebrantable. De esta manera, movidos por esta pasión, continuaremos abriendo nuestro propio camino, para ofrecer a las personas los valores de Hino Motors como una “Marca Global para Todos los Clientes”. Cuando el Sr. Shirai terminó la serie de presentaciones, las palabras “Equipo HINO, Avanzando Unido” — el tema para la Conferencia Mundial de Hino— 2012— fueron proyectadas en la pantalla por detrás de él.



Se reunieron más de 200 participantes de 62 países de todo el mundo.

Nuestro objetivo es aumentar aún más los negocios de nuestros clientes a través de vehículos comerciales.



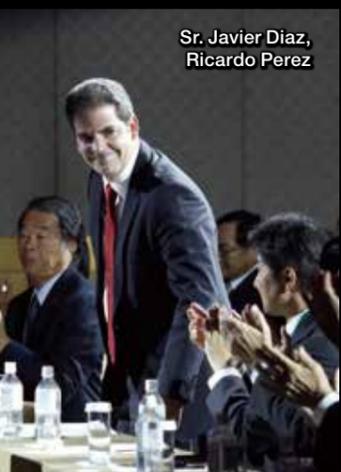
Sr. Ojima, Director Ejecutivo Sénior, explica las visiones de Hino para sus negocios en el exterior.

Ahora Hino opera en más de 80 países por todo el mundo, y espera vender 100.000 vehículos anualmente. ¿Cómo Hino debe proceder para lograr un mayor crecimiento mientras sigue avanzando? En esta sección, nos gustaría de presentarles las visiones de Hino para el crecimiento en el exterior, basadas en un extracto de la presentación dada por el Sr. Ojima, Director Ejecutivo Sénior de Hino, en la Conferencia Mundial de Hino – 2012.

“Creo que el elemento clave para asegurar el crecimiento sólido de Hino es diferenciar aún más nuestra marca de la competencia.” El Sr. Ojima también declaró que los tres elementos clave para la diferenciación eran “Proveer productos realmente apropiados al mercado”, “Ofrecer nuestro apoyo total” y, para lograr esos objetivos, “Establecer una relación de confianza entre HINO y los Distribuidores.”

“¿Qué son exactamente productos más apropiados? Concretamente, son los productos que satisfacen las necesidades específicas del cliente en cada mercado. Mientras creo que Hino ha suministrado los mejores productos para los diferentes mercados, aún queda margen para mejorar. Lo que debemos hacer, por lo tanto, es escuchar al mercado. Mientras tanto, diferenciar nuestros productos solamente no es suficiente para responder a los precios de nuestros competidores. También consideramos crucial conseguir una diferenciación que no sea dependiente del precio; a saber, para mejorar nuestra competitividad en áreas que no sean el precio. De acuerdo con las encuestas de satisfacción del cliente, los ítems que encabezan la lista de cosas que proporcionan la satisfacción de nuestros clientes incluyen el servicio, relaciones con los representantes de ventas, y producto, mientras tan sólo el 13% citó el precio de compra como el ítem principal. En otras palabras, debemos proveer actividades orientadas al cliente para establecer, proactivamente, un sistema que ofrece un servicio total de apoyo al cliente. Concretamente, debemos avanzar un paso más y trabajar con nuestros clientes de modo que ellos puedan ‘mejorar la eficiencia de sus negocios a través de vehículos comerciales’. En otras palabras, debemos ofrecer ‘soluciones’ comerciales para los vehículos comerciales. Además de nuestra competencia actual, esperamos rápidas entradas en el mercado por nuestros competidores de China y Corea del Sur; que siguen avanzando y creando un entorno comercial cada vez más competitivo. Hino deberá responder inevitablemente, con rapidez y prontitud, a tal creciente competencia. La clave para esto será nuestra cohesión como un equipo. Ése es el factor crucial para lograr nuestros objetivos y lo que queremos decir cuando hablamos en ‘Establecer una relación de confianza entre HINO y los Distribuidores’. Un gran equipo produce grandes resultados. Hino quiere colaborar para seguir avanzando y disfrutar de un futuro próspero con ustedes. Hino desea ser un excelente socio para nuestros clientes como un equipo HINO.”

Fueron presentados ejemplos por los concesionarios que están logrando resultados notables ofreciendo un servicio de apoyo total.
- Sr. Javier Diaz, Ricardo Perez, Panamá, América del Sur
- Sr. Patrick Charabati, MEDEVCO, Líbano, Oriente Medio



Sr. Javier Diaz, Ricardo Perez



Sr. Patrick Charabati, MEDEVCO

Comentarios hechos por los participantes de la conferencia
La Conferencia Mundial de Hino – 2012 contó con la participación de 68 empresas de 62 países de todo el mundo. Preguntamos a algunos de los participantes sus comentarios después de la presentación mientras todavía quedaba una gran excitación en el aire.



“Me sentí como un miembro del equipo participando en esta conferencia, y valió la pena el largo viaje desde Arabia Saudita. Ahora, con el respaldo de la conferencia, ya tengo algunas ideas. Planeo poner estas ideas en práctica tan pronto vuelva a casa. Nuestro mercado todavía tiene potencial para crecer y, en realidad, creo que es mi misión tomar parte en impulsar el crecimiento.”

Jamjoom Vehicles & Equipment, ARABIA SAUDITA
SR. MANSOOR ALI KHWAJA / Gerente General, Ventas y Marketing



“Estoy muy agradecido por tener sido invitado a esta conferencia. Al haber participado en la conferencia, ahora, más que nunca, siento cómo es importante para todos los asociados de Hino en más de 80 países por todo el mundo reunirse y compartir información.”

Maquinarias y Vehículos S.A., ECUADOR
SR. KLÉBER VACA /Presidente



“Nuestro futuro es muy excitante ya que Hino tiene una gran línea de productos. Tras haber escuchado a las presentaciones, hemos renovado nuestro compromiso de proveer aún más el servicio de total apoyo. Al ofrecer el apoyo total a nuestros clientes, podemos diferenciarnos de los competidores. Nos gustaría de sacar provecho de los dos excelentes ejemplos de actividades de los concesionarios que se presentaron hoy.”

Crown Motors Ltd., HONG KONG
SR. ERNEST SAI KIT WONG / Gerente General
SR. CEDRIC HIN WING SO / Director Ejecutivo

“Mientras he estado trabajando con Hino por más de 30 años en mi país, ésta es la primera vez que participo en esta Conferencia. Al escuchar a las presentaciones dadas hoy, sentí que Hino está en su camino para un crecimiento sólido. Hino es una marca muy buena, y la alta calidad que la marca representa es muy bien conocida entre los clientes en mi país. Y espero que Hino continúe creciendo.”

Hino Chile S.A., CHILE
SR. PATRICIO GRUNWALD / Gerente Comercial





Hino Motors Manufacturing U.S.A. Inc.,
Operación de piezas para el mercado latinoamericano
SR. ERICH NOVOA / Gerente

"Los productos Hino son altamente respetados en nuestro mercado (zona de América Latina y del Caribe). Además de su alta calidad y durabilidad, ellos también son populares por el hecho de que son hechos en Japón. Por otra parte, todavía hay espacio para hacer mejoras en el mercado. Por ejemplo, como se describió en la presentación de hoy, los mercados de Perú y de Chile son muy importantes para nosotros y para Hino, y actualmente estamos realizando programas para desarrollar productos que son más adecuados a esos mercados. Los elevados estándares definidos por Hino son una inspiración para nosotros, además de ser una gran fuente de motivación. Continuaremos nuestros esfuerzos de modo que nuestro departamento de piezas y el mercado de América Latina pueda convertirse en un ejemplo brillante en el grupo Hino."

"Ésta fue una conferencia magnífica. El concepto de apoyo total de Hino es brillante. El concepto de Hino está basado en una perspectiva amplia y global, y me sentí muy entusiasmado al escuchar los planes de la compañía para mejorar aún más los Paquetes de Atención que proveemos a nuestros clientes mediante la mejora de la eficiencia en el proceso de fabricación. El hecho de que se mejorará la eficiencia en la fabricación con continuos avances significa que podremos recibir los productos con más rapidez, que a su vez significa que también podremos entregar esos productos con más rapidez a nuestros clientes. Además, si la compañía puede reducir los costes de fabricación a través de la modularización y asignación de la producción de diferentes componentes a centros en Japón y en el exterior, también podremos reducir el precio de los productos. Las presentaciones acerca de estos nuevos desarrollos fueron muy excitantes. Me gustaría transmitir esta información a nuestros clientes y compartir esta excitación."

Toyota Zambia Ltd.
SR. JOHN CONNELL /
Director Ejecutivo



Toyota Tsusho Africa (PTY) Ltd., SUDÁFRICA
SR. ANDRÉ VENTER /
Gerente General, Hino



"La información compartida en esta conferencia fue muy excitante para nosotros. Descubrimos que Hino está adoptando medidas para cambiar. La manera de pensar de Hino y sus esfuerzos para escuchar a los clientes es admirable. ¿Qué nuestros clientes están buscando? ¿Y en qué tipo de curso? Mediante la comunicación apropiada con Hino, ellos nos proveerán los productos que cumplen nuestros requisitos, y eso dentro de un plazo más breve. Esto es muy excitante. Admiro mucho la posición de Hino de proveer productos que buscan satisfacer las necesidades de los clientes."

"Fue una excelente presentación. Los temas que más me interesaron en términos de varias visiones y direcciones de avance de Hino fueron las tres claves de proveer productos realmente apropiados al mercado, de ofrecer nuestro total apoyo, y de establecer una relación de confianza entre Hino y los distribuidores. Lo más importante de esos temas, yo creo, es la implementación del apoyo total. Y naturalmente, estamos comprometidos a establecer una relación de confianza entre Hino y los distribuidores. Las presentaciones de hoy fueron muy motivadoras. Yo creo que podremos aumentar las ventas de los productos Hino continuando nuestros esfuerzos para proporcionar la satisfacción completa a nuestros clientes, junto con el servicio de apoyo total. Como un miembro del equipo Hino, nuestro objetivo es convertirse en la compañía líder en nuestro país."

PILIPINAS HINO Inc., FILIPINAS
SR. FELIPE SIMEON BARROGA /
Vicepresidente y Tesorero



Canada

Christie's Dairy



Sr. Chuck Knight / Gestión

"Los camiones son verdaderamente confiables. No es posible considerar el uso de otros."

**Sr. Chuck Knight /
Gestión**

"Somos un distribuidor de productos lácteos como leche, yogurt, mantequilla y zumos, y estamos en este negocio por 67 años. Actualmente operamos un total de 10 camiones Hino, incluso el HINO700 Series. Hemos comprado nuestro primer Hino en 1988, porque necesitábamos de camiones más grandes para los servicios en la época. Consideramos los camiones Hino como los mejores en el mercado en términos de confiabilidad, durabilidad y facilidad de conducción. ¿Hay áreas en que nos gustaría alguna mejora? Absolutamente nada, pero si hay que decir algo, sería bueno si los camiones tuviesen tres baterías. Nuestro concesionario, Cal's, también es muy útil con su excelente servicio. Los camiones son verdaderamente confiables. No es posible considerar el uso de otros."



Canada

G.B. Friesen Transport Ltd.

"Tenemos una excelente relación con nuestro concesionario."

**Sr. Gary Friesen /
Presidente**

"Como una empresa de transporte, con frecuencia transportamos materiales de revestimiento de suelo entre Edmonton y Lloydminster. Nuestros camiones recorren probablemente cerca de 95.000 km por año. Nuestro primer Hino fue un Hino 308TA, que compramos alrededor de 2007, por recomendación de un asociado que utilizaba Hino. Utilizamos los camiones Hino desde nuestra creación, hace 5 años, y actualmente poseemos dos camiones Hino. Estamos muy contentos con todos los aspectos acerca de los productos Hino – su confiabilidad, confort, gran eficiencia de combustible, y sobre todo, el excelente servicio de Hino Central, nuestro concesionario. Por encima de todo, tenemos una excelente relación con nuestro concesionario, que consideramos un importante socio comercial."



Sr. Gary Friesen / Presidente





Indonesia

P.O. Kramat djati

“La razón por la que continuamos comprando productos Hino es porque, por encima de todo, ellos son confiables.”



Sr. Agus Budiman, el propietario de la compañía

Sr. Agus Budiman / Propietario

“Nuestra empresa opera autobuses grandes en líneas regulares de autobús, y también provee servicios de turismo y fletamento en autobús. En las líneas regulares de autobús, proveemos servicios entre nuestros propios terminales en Java, Bali y Sumatra. Actualmente poseemos 780 autobuses, de los cuales 256 son autobuses Hino. También poseemos 18 camiones Hino. En el pasado, como había pocos concesionarios de autobuses y camiones en Indonesia, nosotros teníamos que comprar los vehículos que estaban disponibles en la época, independientemente del fabricante. Cuando Hino abrió sus puertas en Indonesia en 1982, compramos tres autobuses RK. Eso fue el catalizar para la compra de más 10 vehículos Hino en 2000. Después de una prueba de un año de los vehículos, descubrimos que los vehículos Hino eran superiores a los productos de otros fabricantes en aspectos como la confiabilidad, eficiencia del combustible y disponibilidad de piezas de repuesto. Desde entonces, casi todas de nuestras compras de nuevos vehículos fueron de



Las operaciones programadas de autobuses son las principales actividades de P.O. Kramat Djati.



Sr. Priyatna Sadeli, C.O. Officer (Izquierda)



Una de sus líneas más largas toma hasta 31 horas.



El terminal de autobús está siempre agitado con clientes.



Los autobuses Hino son muy populares entre los pasajeros por su confort.



El largo chasis de los autobuses Hino permite la instalación de dos asientos extras.



La compañía opera su propio taller de servicio.



Sr. Edi Atmadja, uno de los conductores de la compañía, ha conducido por 25 años.



La compañía todavía opera un autobús Hino comprado en 1992.

Hino. Ante todo, los productos Hino son confiables. Los tres RKs que compramos en 1982 siguen en funcionamiento y en excelentes condiciones en las calles de Yakarta. Cuando pensamos en nuestros clientes, el confort es un factor crítico en nuestra selección de vehículos, ya que operamos líneas regulares de larga distancia con hasta 31 horas de viaje. En este respecto, la serie de autobuses con motor trasero ofrece excelente confort y es muy popular entre nuestros clientes. Además, como los vehículos Hino tienen un chasis más largo, podemos equipar los autobuses con dos asientos en

comparación con los autobuses de otros fabricantes, y eso es otro factor crucial que contribuye a nuestra rentabilidad. Los motores en los vehículos Hino también son muy robustos, requiriendo menos mano de obra para el mantenimiento, que a su vez disminuye los costes de operación y los períodos de inactividad. Los concesionarios Hino proveen asistencia a través de programas de mantenimiento, así como nos ayudan a obtener información de marketing. Ellos también nos invitaron para seminarios realizados en Japón, que recordamos con afecto y agradecimiento porque fueron experiencias muy significativas.”



La compañía posee 256 autobuses Hino.



Fuel-Efficient Driving

Fomentamos la conducción eficiente en el uso de combustible
Lesión 1: Arranque y aceleración

Creemos que muchos de nuestros clientes ya están implementando las prácticas de conducción eficiente en el uso de combustible que fomentamos y están beneficiándose diariamente de eso. Los seminarios de conducción eficiente en el uso de combustible de Hino, realizados en nuestros centros de capacitación en Japón, Emiratos Árabes Unidos y Panamá, atraen un gran número de nuestros clientes de muchas regiones del mundo, y los distribuidores locales de Hino de más de 20 países de todo el mundo también realizan seminarios similares. Las fotos en esta página fueron tomadas en el seminario acerca de la conducción eficiente en el uso de combustible realizado recientemente en Panamá. Pareció que todos los participantes se sorprendieron mucho con los beneficios de la conducción eficiente en el uso de combustible. Sin embargo, es lamentable que estos populares seminarios no estén disponibles en todos los países. Por lo tanto, nos gustaría compartir algunas de las técnicas que cualquier usuario puede aplicar para ahorrar el combustible en algunas ediciones de esta revista.



Las inspecciones diarias también son un factor crucial para obtener una conducción eficiente en el uso de combustible.



La conducción eficiente en el uso de combustible es en sí misma una "conducción segura".

Los beneficios de la conducción eficiente en el uso de combustible son muchos. Los clientes no sólo pueden reducir sus costes de combustible, pero también pueden contribuir a la reducción de emisiones de CO₂. Para asegurar la conducción eficiente en el uso de combustible, los conductores también necesitan realizar la inspección de los neumáticos del camión y otras inspecciones diarias. Eso, a su vez, reduce las causas de averías antes que ocurran, resultando en una reducción dramática del tiempo de inactividad, así como provee otros beneficios. En la tabla a continuación se muestra un ejemplo de los beneficios experimentados por uno de nuestros clientes.

RELACIÓN ENTRE CONDUCCIÓN ECOLÓGICA Y CONDUCCIÓN — El Caso de un Cliente —

— Implementación de la conducción eficiente en el uso de combustible y el número de accidentes —

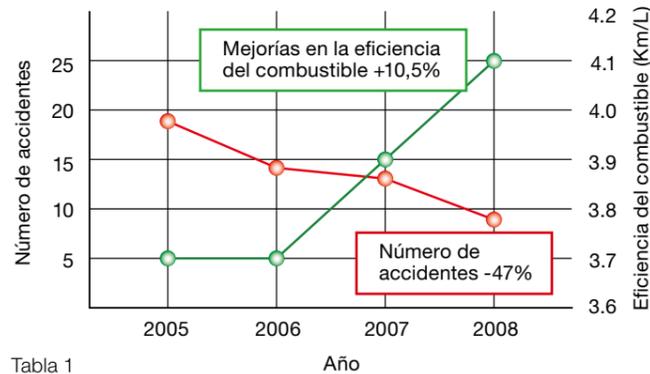


Tabla 1

Mediante la implementación de la conducción eficiente en el uso de combustible en su organización, el cliente no sólo pudo mejorar la eficiencia del combustible, pero también pudo reducir el número de accidentes. La razón para eso es que la conducción eficiente en el uso de combustible en sí misma constituye una "conducción segura", ya que requiere que los conductores eviten operaciones bruscas como arranque brusco, aceleración y desaceleración brusca, así como operaciones bruscas del volante. Estos muchos beneficios son la razón por la cual Hino fomenta la conducción eficiente en el uso de combustible.

¿Qué puntos específicos deben los clientes tener en cuenta? Hay muchas áreas en las cuales se puede implementar las técnicas de ahorro de combustible, incluso cuando el camión no esté en movimiento ("parada en ralentí"), durante el arranque, aceleración, en crucero, y desaceleración, así como las inspecciones diarias. En esta edición, describiremos los puntos para tener en cuenta con respecto al ralentí, aceleración y desaceleración. Queremos empezar con el ralentí. En la Tabla 2 se muestra el consumo de combustible de los motores durante el ralentí.

CONSUMO DE COMBUSTIBLE DURANTE RALENTÍ

El consumo de combustible varía dependiendo de la cilindrada del motor.

<Servicio pesado > Motor con 12,8 L de cilindrada >> Aprox. 1,3 L/h
<Servicio liviano > Motor con 4 L de cilindrada >> Aprox. 0,8 L/h

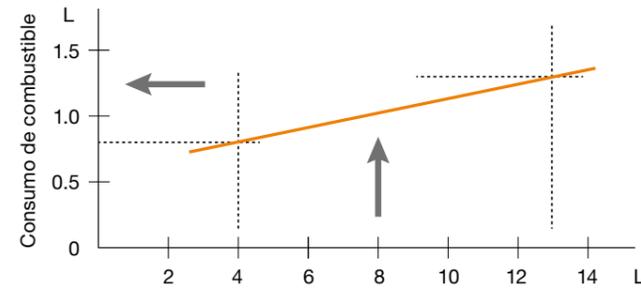


Tabla 2

Como se puede ver, el consumo de combustible varía dependiendo de la cilindrada del motor. Para los camiones de servicio pesado (12,8 litros de cilindrada), el motor consume aproximadamente 1,3 litro de combustible por hora de ralentí. Los camiones de servicio liviano (4 litros de cilindrada), por su vez, consumen aproximadamente 0,8 litro por hora. Si, por ejemplo, un camión permanece al ralentí durante un total de 3 horas al día, y en operación 25 días por mes, un camión de servicio liviano consumirá aproximadamente 720 litros, y un camión de servicio pesado consumirá aproximadamente 1.170 litros. Como se puede ver, el ahorro potencial del coste de combustible en esta área no es despreciable. Permanecer lo más que posible al ralentí es la mejor manera de cortar el coste de este desperdicio de combustible. Una conclusión muy sencilla, pero muy verdadera.

La próxima área es el arranque y la aceleración. Al arrancar o acelerar, se debe pisar el pedal del acelerador lenta moderadamente. Aproximadamente, se debe pisar el pedal dentro de 80% para los camiones de servicio pesado, y dentro de 50% para los camiones de servicio liviano. Además, asegúrese de cambiar las marchas solamente con el puntero del tacómetro dentro del área media de la zona verde, donde el motor requiere menos combustible para la misma potencia de salida (Véanse las Tablas 3 y 4). Asegúrese también de cambiar las marchas rápidamente antes que la velocidad del motor caiga significativamente.

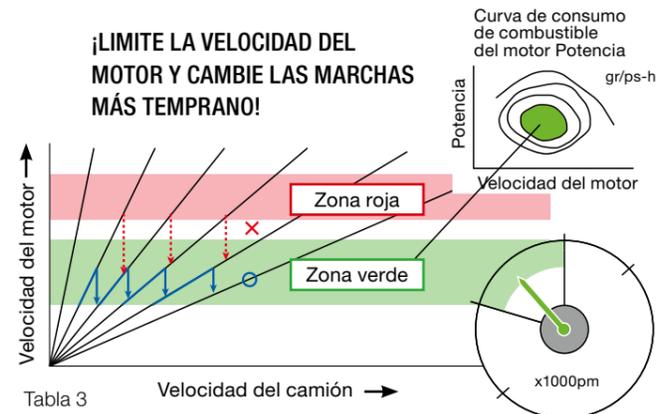


Tabla 3



Se realizó un seminario de eficiencia de combustible en Panamá al mismo tiempo que el anuncio de la nueva Serie 300.

INFORMACIÓN SUPLEMENTAR ACERCA DE LA ZONA VERDE

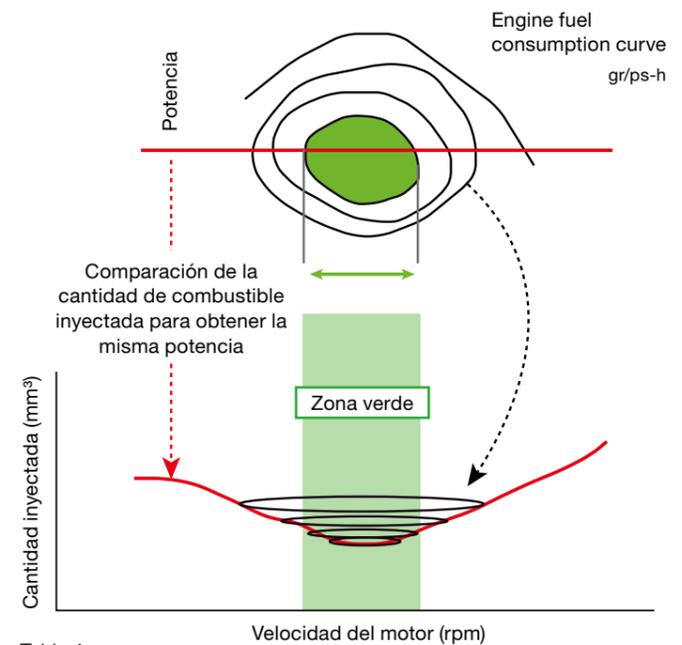


Tabla 4

Como se puede ver, no se requiere ninguna técnica especial para implementar la conducción eficiente en el uso de combustible. En la próxima edición, describiremos algunos puntos sencillos que se debe tener en cuenta durante la conducción. A partir de hoy, usted puede empezar la conducción eficiente en el uso de combustible. Intente estas técnicas para mejorar su medio ambiente, su eficiencia económica y su seguridad de conducción.



Los participantes del seminario adquirieron experiencia práctica de los beneficios de la conducción eficiente en el uso de combustible.