

BMW Group Logistik prueba con éxito un camión eléctrico en varios escenarios de operaciones logísticas.

- Este proyecto se desarrolla en colaboración con el innovador tecnológico Trailer Dynamics.
- El camión eléctrico logró una autonomía de más de 600 kilómetros sin recarga.
- Se puede lograr una reducción del 100% de CO₂ y, al mismo tiempo, permitir rutas de larga distancia combinando un remolque eléctrico con un tractor eléctrico y electricidad 100% verde.

Múnich, Alemania. 1° de noviembre de 2023. BMW Group Logistik, en colaboración con el innovador tecnológico Trailer Dynamics, ha probado con éxito un camión propulsado eléctricamente; esta actividad se realizó en diferentes escenarios y con diferentes distancias de operaciones logísticas, bajo condiciones de la operación real. Con el camión diésel utilizado consiguió un ahorro medio de combustible de más del 46% en distancias cortas y medias, y de más del 48% en distancias largas. Utilizando una combinación de tractor y remolque eléctrico, se logró una autonomía de más de 600 kilómetros sin recarga. Hubo cuatro días de pruebas piloto en distancias cortas y medias alrededor de la sede de BMW Group en Dingolfing, y tres días de pruebas en distancias largas entre Mamming en la Baja Baviera y BMW Group Planta Leipzig. Las capacidades del camión eléctrico de Trailer Dynamics se pusieron a prueba para identificar los mejores escenarios de aplicación para BMW Group Logistik.

"En BMW Group somos, como primer fabricante de automóviles alemán, miembro de "Business Ambition for 1.5°C" de la Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia y estamos comprometidos con el objetivo de una total neutralidad climática en toda nuestra cadena de valor. Por lo tanto, estamos utilizando proyectos visionarios para acelerar constantemente la estrategia de Logística de Transporte Verde de BMW Group. La prueba piloto con el camión eléctrico de Trailer Dynamics demostró que el uso de este tipo de camiones electrificados reduce significativamente el consumo de combustible de los camiones diésel estándar y aumenta notablemente la autonomía de los camiones eléctricos", dijo Michael Nikolaides, Director de Logística para la Red de Producción Global de BMW Group.

Camión con eje motriz eléctrico.

A diferencia de un camión convencional, el "e-trailer" de Trailer Dynamics de Eschweiler, cerca de Aquisgrán, está equipado con su propia batería y un eje motriz eléctrico. Este eje soporta el motor del camión. Los sensores integrados en el pivote central entre el tractor y el remolque garantizan una relación de carga óptima y, con ello, el mejor ahorro de combustible posible. Además de reducir el consumo de energía del camión, el eje motor de este vehículo eléctrico también proporciona potencia adicional durante el arranque y en pendientes. En combinación con un camión diésel, la seguridad del suministro también está garantizada incluso si la batería del "e-trailer" está vacía.

Las pruebas de media distancia se llevaron a cabo durante cuatro días consecutivos en rutas logísticas reales alrededor de la sede de BMW Group en Dingolfing. Los transportes de ida y vuelta con topografías de ruta exigentes se realizaron con el proveedor de servicios logísticos Gahr

International. Se recorrieron hasta 250 kilómetros por día en autopistas y carreteras principales, y por primera vez se realizó la **recopilación de datos automatizada y simultánea del "e-trailer" y del tractor**. Esto mostró una reducción promedio en el consumo de diésel del 46,59 por ciento.

Ahorro de combustible aún mayor en largas distancias.

Las pruebas de larga distancia también se realizaron en rutas logísticas en condiciones reales y con una carga de más de 16 toneladas entre Leipzig y Mamming. Los módulos de energía para los coches eléctricos BMW se transportaron a lo largo de una distancia de 450 kilómetros, principalmente por autopistas. En comparación con los viajes con remolque convencional y carga idéntica, esto supuso un ahorro de diésel de más del 48 por ciento de media. La batería del camión eléctrico se cargó de forma neutra en carbono utilizando energía 100 por ciento verde, lo que significa que, con una aplicación en serie, un solo remolque eléctrico podría facilitar una reducción de CO₂ **de alrededor de 120 toneladas por año ("Well to Wheel")**.

Reducción del 100% de CO₂ cuando se utiliza con un camión eléctrico.

Se puede lograr una reducción del 100% de CO₂ y, al mismo tiempo, permitir rutas de larga distancia combinando un remolque eléctrico con un tractor eléctrico y electricidad 100% verde. Este escenario se probó el último día de pruebas de media distancia en la zona de Dingolfing. Con carga normal se logró una distancia recorrida de más de 600 kilómetros sin recargar.

El ahorro de combustible al utilizar camiones eléctricos se ve contrarrestado por su mayor peso y la consiguiente menor carga útil, pero esto se compensa parcialmente con un aumento en el peso **total permitido para remolques en la UE. Los mayores costes de adquisición del "e-trailer" se ven contrarrestados por menores costes operativos**. En particular, en distancias largas, el uso de camiones eléctricos puede facilitar una descarbonización significativa de la flota existente y, al mismo tiempo, ahorrar costes.

La visión de Trailer Dynamics es hacer una contribución significativa a la descarbonización de la economía con camiones eléctricos y promover una logística sostenible e idealmente sin emisiones. Con nuestro socio BMW y los transportistas Gahr International y Elflein Spedition & Transport, con estas pruebas de conducción damos el siguiente paso importante para hacer **realidad nuestra visión**", afirmó **Abdullah Jaber**, CEO de Trailer Dynamics GmbH.

Con los visionarios proyectos piloto de camiones electrónicos, BMW Group está acelerando la implementación sistemática de su estrategia de "Logística de Transporte Verde". Esta estrategia intersectorial es un elemento **integral de BMW iFACTORY**. **"Para nosotros es importante apoyar el desarrollo de tecnologías innovadoras en la logística del transporte. Establecer innovaciones como estas ayuda a nuestros socios logísticos y a nosotros a reducir las emisiones de CO₂ y mejorar la huella general"**, explicó **Michael Nikolaides**.

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad.

Al ser una empresa global, BMW Group opera más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones de vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

Juan Bernardo Vázquez Mellado

Zolveing Zúñiga

Julián Argüelles

joao.veloso@bmw.com.mx

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguín

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Miroslava Rivas

miroslava.rivas@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar

Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil

Fabiano Severo

fabiano.severo@bmw.com.br

Paula Cichini

paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional - INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Latinoamérica

BMWGroupLatAm@inkpr.com.mx

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas INK PR

Equipo INK PR - BMW Group Planta SLP

plantabmwslp.inkpr.com.mx

BMW Group Brasil - Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

grupobmw@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html

www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es

www.press.bmwgroup.com/argentina/

www.press.bmwgroup.com/brazil/