

VÍA LIBRE

Abril 2025 / Núm. 125



EL FUTURO

DEL TRANSPORTE INTELIGENTE

YA ESTÁ AQUÍ CON EL

NEXTAR X9



¡CONÓCELO!

CREADOS • CON
INTELIGENCIA

La Inteligencia Artificial redefiniendo el transporte

Inteligencia Artificial proactiva
que optimiza cada kilómetro de tu camino

NEXTAR X9

- Motor Cummins X13 EURO VI (2.ª versión)
- Transmisión ZF TRAXON 2
- Aumenta hasta un 20% la capacidad operativa de la flota
- Ahorra 12% en el consumo de combustible
- Reduce hasta un 90% emisiones de CO₂ por kilómetro recorrido
- Pintura con tecnología de electro-deposición

Contáctanos:

 55 4342 2346

Cámara 360° que puede disminuir los accidentes hasta en un 20%

Grado Cero Error de Ensamble
precisión del 99.8 % con un margen de error del 0.2 %

Reduce hasta un 10% la huella de carbono



SEÑALES
6

MIGUEL MARTÍNEZ
MILLÁN, PILAR
DEL DESARROLLO
ECONÓMICO



24



ANPACT DELINEA
OBJETIVOS Y PARA LA
DESCARBONIZACIÓN
DEL AUTOTRANSPORTE
26

DIRECTORIO

Director General

Marco Hernández G.
marcohvialibre@gmail.com
marcoh@revvialibre.com.mx

Coordinadora de información

Miriam Ramírez (+)
miriamr.vialibre@gmail.com
miriamr@revvialibre.com.mx

Correctora de Estilo

Fernanda Hernández

Consejo Editorial

Marco Hernández, David Arriaga,
Miriam Ramírez, Francisco Ramírez.

Diseño

Jaime Ibarra

Sistemas

Guadalupe Ramírez

Distribución

José Francisco Ramírez Hernández

VÍA LIBRE es una publicación mensual editada por Marco Antonio Hernández Guzmán. Rancho El Palmar Mz. 11 Casa 17-A Cuautitlán, Estado de México. Tel: 5526340312.

Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional de Derecho de Autor 04-2013-051310031-102. Los demás registros en trámite. Se prohíbe la reproducción total o parcial del material publicado sin previa autorización de los editores.

Impresa por: GarcíaGraphics, Gumersindo Esquer No. 92, Colonia Asturias, Delegación Cuauhtémoc, México, DF.

VÍA LIBRE www.revvialibre.com.mx

<https://www.facebook.com/revvialibre>

[@revvialibre](https://twitter.com/revvialibre)

https://www.instagram.com/vialibre_revista/
<https://www.youtube.com/watch?v=XwkK6lfBOqk>

REENCONTRAR EL MERCADO DE VEHÍCULOS PESADOS



Los primeros meses del 2025, han sido como los esperábamos, después de lograr cifras históricas de ventas, el mercado empieza a reencontrarse, claro que tendremos una baja en la comercialización de autobuses, camiones y tractocamiones, pero eso ha sucedido siempre, luego de alcanzar un pico en ventas se ha experimentado una caída y eso es precisamente lo que está sucediendo.

Algunos “pesimistas”, hablan de caídas muy profundas, otros “optimistas”, pronostican una caída no tan pronunciada, nosotros somos de los segundos, efectivamente experimentaremos una baja, pero estará entre el 10-15% no más, ya lo verán.

Por lo pronto, todos nos debemos de preparar para la llegada de los motores Euro 6 y/o EPA 10, en los siguientes meses, las marcas están listas y esperamos que este salto tecnológico no sea tan brusco, por el bien de la industria.

En esta edición les traemos todo lo sucedido en la presentación del tractocamión inteligente NEXTAR X9, Euro 6, con el que BAIC Truck entra al mercado mexicano, seguramente este será uno de los consentidos de los transportistas mexicanos y nos dará muchas sorpresas.

Las expectativas son muy altas, de entrada, arrancaran ventas en el Estado de México, Puebla, Veracruz, Guadalajara y Monterrey, cuentan ya con una flotilla de 12 tractocamiones para hacer pruebas y evaluaciones en los caminos mexicanos, por lo que no se deben sorprender si empiezan a llegar pedidos importantes.

Volvo realizó la presentación de su autobús biarticulado eléctrico el Volvo 7800, esta unidad es una de las más esperadas en la industria y espera lograr ventas importantes, por lo pronto, tendrá su periodo de pruebas y evaluaciones en los corredores BRT más importantes del país y todo indica, que será en los primeros meses del 2026 cuando arranque su comercialización.

Espectacular ha sido la presentación de la gama Euro 6 de Volkswagen Truck & Bus México, la marca realizó una exhibición de todo su poderío y seguramente dará mucho de qué hablar en los próximos meses, esta firma es la cuarta en ventas totales y seguro que nadie la moverá de ahí. **VL**



PORTADA
NEXTAR X9 Euro 6,
el tracto - inteligente
de BAIC.

SMART MOVE



ABRÓCHENSE LOS CINTURONES, EL NEXTAR X9 EURO VI DE BAIC TRUCK LLEGA A MÉXICO



BAIC TRUCK MÉXICO DIO A CONOCER OFICIALMENTE LA LLEGADA TRACTOCAMIÓN DE ÚLTIMA GENERACIÓN EL BAIC NEXTAR X9 EURO VI, EL CUAL HA SIDO DISEÑADO POR MEDIO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA), POR LO QUE SE TIENE MAYOR CUIDADO EN PUNTOS DE EFICIENCIA, SEGURIDAD Y RENTABILIDAD PARA LOS USUARIOS.



Marco Hernández G.

Alegre y espectacular ha sido la presentación del tracto de BAIC Truck México, el NEXTAR X9 Euro VI, el cual es fabricado en China e importado completamente armado a nuestro país, este vehículo está equipado con un motor Cummins X13 Euro VI, y puede configurarse tanto para transporte de un remolque como doble semirremolque, dependiendo de las necesidades o rutas de los transportistas mexicanos.

Aunado a lo anterior el NEXTAR X9 Euro VI, cuenta con transmisión ZF AT, así como ejes propietarios, sus interiores son de la más alta calidad, por lo que se encuentra a la altura de las marcas con los más altos estándares a nivel mundial.

Julio César Hernández, director general de BAIC Truck México, afirmó que la estrategia de lanzamiento de este poderoso tractocamión engloba todos los esfuerzos de GRUPO GET, por lo que se tienen en marcha sus cinco puntos de ventas en el país, esto es, Estado de México, Puebla, Veracruz, Guadalajara y Monterrey, con una distribución propia del grupo que dará confianza a los empresarios mexicanos.

Adelantó que existen tres empresas del autotransporte mexicano que en estos momentos, están corriendo evaluaciones con el NEXTAR X9 Euro VI, esto se ampliará en las siguientes semanas hasta llegar a los 10 tractocamiones, para conocer las opiniones de primera mano.

El directivo dijo que el reto es comercializar este año 600 unidades del BAIC NEXTAR X9 Euro VI, por lo que están seguros de que este tracto revolucionará el autotransporte mexicano. “Es un gran esfuerzo del GRUPO GET, que inició hace unos meses y que estamos seguros tendrá muchas historias exitosas en los siguientes meses”.

El NEXTAR X9 Euro VI, tiene como principal diferen-





ciador la incorporación de Inteligencia Artificial (IA), la cual se alimenta de la información de cada viaje para de esta manera tener retroalimentación acerca de la conducción, con lo que se tiene mayor seguridad, rentabilidad, eficiencia y confort.

Adán Palomeque, CEO de Grupo GET, dijo que se sienten honrados de estar en este proceso que es un parteaguas para el grupo, ya que están añadiendo un producto que contribuye, con esta incorporación del tracto NEX-TAR X9 Euro VI ofrecen una solución integral.

“El NEX-TAR X9 Euro VI está acompañado, se va aprendiendo y optimizando su desempeño en cada uno de sus viajes, en cada uno de sus recorridos lo va haciendo mejor. Eso es lo que estamos vendiendo, una solución a los problemas, estamos ahorrando en seguridad, disponibilidad”.

En tanto, Gabriel García, presidente de GRUPO GET, explicó que realmente el BAIC NEX-TAR X9 Euro VI es una generación una evolución basada en Inteligencia Artificial (IA). “Es muchas cosas más, es solo el comiendo en la industria del autotransporte de todo lo que les podemos ofrecer”.

Recordó que GRUPO GET ha sido líder en calidad en todos los productos que ofrecen, en servicio suministrados por más de 30 años. Tenemos el mejor semirremolque del mercado y con el BAIC NEX-TAR X9 Euro VI, se complementa la línea de productos. “Sinceramente no podemos tener mejor combinación, estamos orgullosos de lo que ofrecemos y estamos seguros de poder llevar a todos nuestros clientes al siguiente nivel”.

A la presentación del tractocamión BAIC NEX-TAR X9 Euro VI, asistieron los directivos de las principales líneas de transporte del país. **VL**



FREIGHTLINER

FREIGHTLINER LÍDER DE VENTA DE PESADOS

El líder en ventas total de vehículos pesados nuevamente es Freightliner, la firma encabezada por Marcela Barreiro comercializó en el primer bimestre del año 2,248 unidades, esto es, 34.11% del total. Sin embargo, representó una caída de 10.18% contra los números alcanzados durante el mismo periodo del año anterior, cuando había desplazado 2,503 unidades.

El segundo lugar corresponde a Kenworth Mexicana con 1,936 unidades, esto es, 28.16% del segmento de carga, mientras que el tercer sitio es para International con 1,548 automotores, lo que representa 22.55% del total de carga. Entre estas tres empresas, tienen 84.82% del total del segmento de carga, lo que habla de la gran influencia que tienen con los autotransportistas mexicanos.



KENWORTH

Kenworth alcanza 61.51% en ventas

La marca del guitarrón, Kenworth Mexicana, alcanzó en el primer bimestre un total de 1,905 tractocamiones en ventas al mayoreo, esto es, 61.51% de la comercialización total del vehículo ícono de carga en nuestro país.

Esto representa un crecimiento de 17.4% con respecto al año anterior, en otras palabras, colocó 282 unidades más, Kenworth Mexicana es una de las únicas empresas que arrancó el año con ventas de tractos equipados con motores Euro 6 y/o EPA 10, ya que prácticamente todas sus unidades con la tecnología anterior se entregaron durante 2024.

TRACTOS

Tractos alcanza los 2,960 de enero a febrero, cae 26.1%

El vehículo ícono de carga en México, como lo son los tractocamiones sufrieron una caída de ventas en los primeros dos meses del año de 26.1%, al pasar de 4,005 a 2,960 unidades, esto es que se dejaron de vender 1,045 unidades.

En febrero la caída en la comercialización de tractocamiones fue de 40.8%, esto es que se pasó de 2,182 a 1,292 unidades, será importante observar cómo se comporta la venta en los siguientes meses, ya que como se sabe esta disminución proviene por los altos niveles de inventarios con los que todavía cuenta la red de concesionarios de varias marcas de vehículos pesados.





EXPO

PROVEEDORES
DEL TRANSPORTE
Y LOGÍSTICA

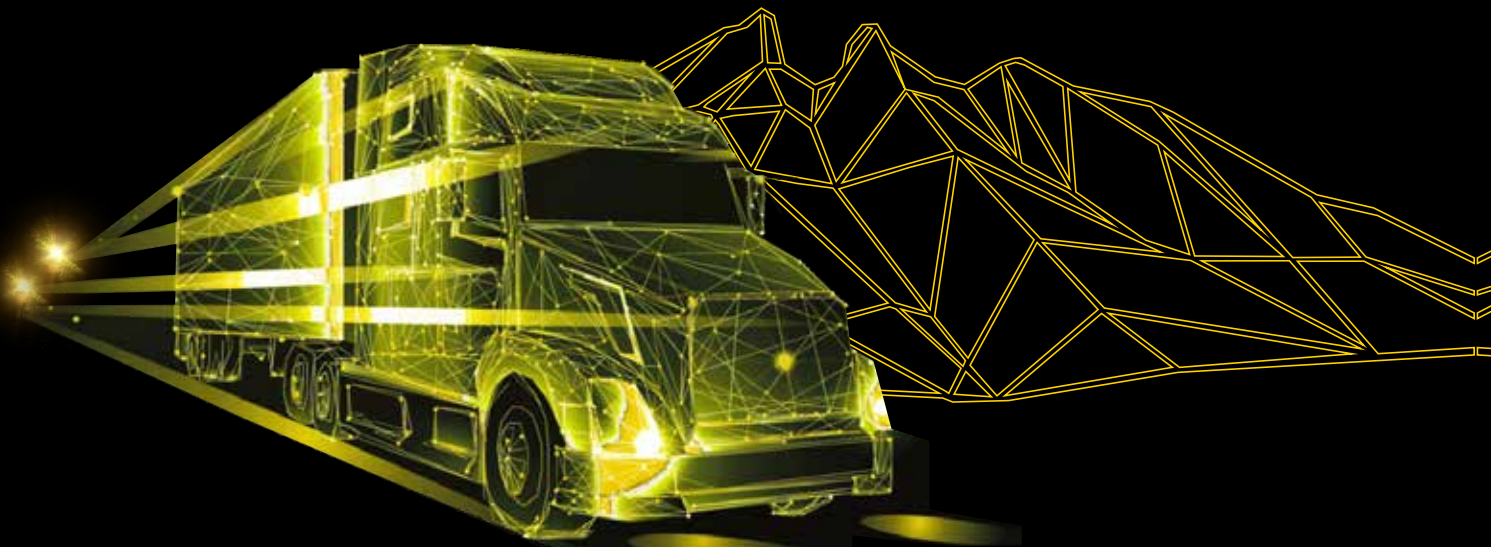
MONTERREY

21, 22 Y 23 de MAYO 2025

en **CINTERMEX**

Regístrate gratis

Escanea el código



El evento de la industria del transporte
y logística mas importante
en el norte del país




INFORMES:

81 8365 5522



SIGUENOS

EN NUESTRAS REDES SOCIALES

 ExpoproveedoresDelTransporte
 @expoprov_mty
 expoproveedoresmt_y_oficial

www.expoproveedores.mx

MERCADO LIBRE

Mercado Libre invertirá 3,400 MDD

En el marco de la conferencia de prensa matutina de la Presidencia de México, Mercado Libre, la empresa líder en comercio electrónico y servicios financieros, anunció una inversión histórica de 3,400 millones de dólares en su operación en México durante 2025. Este anuncio es parte del compromiso presentado en noviembre pasado por Marcos Galperin, CEO y fundador de Mercado Libre, luego de su encuentro con la Presidenta, Claudia Sheinbaum.

Durante la conferencia de prensa matutina, David Geisen, director general de Mercado Libre México, señaló que “la inversión de este 2025 es la mayor en la historia de Mercado Libre en el país: 3,400 millones de dólares a ejecutarse, sólo en el transcurso de este año. Inversión que considera también la integración de más 10,000 nuevas personas que se incorporarán principalmente a las áreas de logística y fintech, así como en roles comerciales, de tecnología, marketing, producto, administración, finanzas, que se sumarán a los 25 mil empleados que hoy son parte de la compañía en el país”.



VOLVO

VOLVO PRESENTA SU AUTOBÚS BIARTICULADO 7800

Volvo Buses presentó, por fin, el Volvo 7800 Eléctrico, el primer autobús articulado y biarticulado eléctrico fabricado localmente, contribuyendo al Plan México para impulsar el desarrollo sostenible de nuestro país, promoviendo la proveeduría local, el consumo de productos nacionales y siendo generadores de fuentes de empleo formales.

Volvo lanzó al mercado la nueva solución de electromovilidad con la que atenderá las necesidades de los sistemas de autobuses de tránsito rápido (BRT) de nuestro país, el Volvo 7800 Electrico, que evolucionará el transporte urbano y revolucionará las ciudades mexicanas, construyendo un presente y un futuro más sostenible, su precio de entrada es de 19 millones de pesos (mdp), según directivos de la marca.

FORANEOS

Autobuses foráneos crece 55.8%

Uno de los segmentos que reporta crecimiento de ventas al mayoreo, en los dos primeros meses del año, es el de autobuses foráneos, con un total de 335 automotores, esto es, un crecimiento de 55.8%, al pasar de 215 a 335, es decir, que se colocaron 120 autobuses de larga distancia más.

Los autobuses de larga distancia han sido de los primeros en adoptar la tecnología Euro 6 y/o EPA 10, por lo que ha logrado ahorros significativos de combustible, para este año según los expertos se pueden llegar a entregar hasta los 1,500 autobuses de este tipo, toda vez, que existen pedidos de los grandes grupos empresariales, como Mobility ADO, Grupo Estrella Blanca, Grupo Flecha Amarilla, Grupo IAMSAs, entre otros. Nuevamente una de las limitantes es la producción de carrocerías, por lo que para llegar a las 1,500 unidades vendidas, dependerá en gran medida de la capacidad de los fabricantes de carrocerías. **VL**

MÁQUINAS VIPAL

MAYOR PRECISIÓN, MUCHA MÁS AGILIDAD.



CARGO

¿Necesita optimizar los costos y la calidad del servicio? Con la extrusora Vipal, usted garantiza el proceso de renovado con el menor tiempo de ejecución. Obtenga calidad de punta y optimice la producción dentro de su planta.



SMART DUO

Su exclusivo sistema de torre giratoria garantiza hasta 2 veces más productividad. Así, además de garantizar el mejor renovado, usted podrá reasignar a sus colaboradores a más funciones, lo que reduce los costos operativos de su renovadora.



HEAVY DUTY

Con la mejor tecnología, agiliza el trabajo del renovador al aplicar caucho en tiras en el renovado de neumáticos agrícolas y OTR. Agregue esa innovación a su planta y garantice un servicio diferenciado para sus clientes.



www.vipal.com
info@vipal-mx.com
Facebook: Vipal México

ESPECTACULAR

LLEGA LA NUEVA GENERACIÓN DE CAMIONES VOLKSWAGEN
A MÉXICO MÁS ALLÁ DEL EURO 6.

EL MERCADO MEXICANO ES EL PRIMERO EN RECIBIR A LA NUEVA GENERACIÓN DE CAMIONES VOLKSWAGEN, AHORA CON EQUIPADOS CON MOTORES EURO 6, CON MUCHAS DIFERENCIAS EN EFICIENCIA, CONFORT, SEGURIDAD Y TECNOLOGÍA, NADA MEJOR PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTOS VEHÍCULOS QUE UNA PISTA DE PRUEBAS, DONDE PUDIMOS COMPROBAR PERSONALMENTE LA NUEVA POTENCIA DE LOS AUTOMOTORES DE VOLKSWAGEN Y MAN.





SPECTACULAR

F



Marco Hernández G.

Desde que llegamos a la pista sabíamos que iba a ser un día Espectacular, los directivos de Volkswagen Truck & Bus México, han sido los anfitriones para conocer la línea de camiones Euro 6, y es que se trata del mayor desarrollo de la marca, que reformuló todos sus modelos, que fueron probados y aprobados en la mayor flota de prototipos construida por Volkswagen Camiones y Buses en Brasil, garantizando una solución ideal para cada segmento.

Rafael Magalhães, director de Operaciones de Volkswagen Camiones y Buses en México, dijo que para su operación en territorio mexicano se realizaron pruebas específicas, con el objetivo de validar el desempeño de los vehículos en altitudes superiores a los 2.000 metros, con topografía pronunciada y considerando las condiciones reales de operación de acuerdo con las demandas de los clientes mexicanos.

“En Volkswagen Camiones y Buses decidimos ir más allá de Euro 6”, presentando una gama de productos totalmente renovada, con numerosas innovaciones que, además de representar una solución más sustentable para el transporte, otorga beneficios adicionales con enfoque total en las necesidades del cliente”.

Estar al volante de las nueva gama de Volkswagen Camiones y Buses, es tomar unidades con nuevas configuraciones de tren motriz, los camiones y buses ahora son más eficientes, ofreciendo un ahorro promedio de combustible de hasta un 8% en comparación con sus predecesores, además de ofrecer mayor potencia y torque, aportando hasta un 10% más de eficiencia para todo tipo de aplicaciones.

Aunado a ello, son capaces de transportar más que la línea anterior. Todo ello para garantizar la máxima productividad y rentabilidad a los clientes. En el



ámbito medioambiental, las emisiones contaminantes se redujeron drásticamente para cumplir con la nueva normativa.

Para Giovanni Juárez, director Comercial de Volkswagen Camiones y Buses, la clave está en los cuatro pilares de la empresa + Eficiencia, con nuevos motores más potentes, eficientes y con bajos niveles de emisiones, proporcionando el mejor rendimiento con bajo consumo de combustible.

+ Seguridad, la nueva familia de productos está equipada con un completo sistema de seguridad activa de serie para mayor tranquilidad y seguridad en el camino con sistemas como: Control de estabilidad (ESC), control



de tracción (ATC), asistente de arranque en pendiente (HSA) y sistema de antibloqueo de las ruedas y distribución de frenado (ABS + EBD).

También cuenta con luces diurnas (DRL) integradas en los faros, luces de posición y luces traseras LED. Más visibilidad y seguridad, ¡todo de serie!

+ Confort, los nuevos elementos de serie, asegurando mayor ergonomía y productividad. Moderna suspensión que, además de ofrecer mayor durabilidad y robustez garantiza viajes más cómodos. Sistema de dirección más preciso y suave en la conducción y nueva suspensión de cabina con 4 puntos de amortiguación. Además, todos los modelos ahora cuentan con soporte para teléfono móvil.

En confort, la atención se centra totalmente en el conductor y los pasajeros con nuevos elementos de serie, garantizando una mayor ergonomía y productividad. Suspensión moderna que, además de ofrecer mayor durabilidad y robustez, garantiza viajes más cómodos. También viene con un sistema de dirección más preciso y suave y una nueva suspensión de cabina con 4 puntos de amortiguación. Además, todos los modelos en México ahora cuentan con soporte para teléfono móvil.

Y no se detiene ahí: la nueva familia de productos está equipada con un completo sistema de seguridad activa de serie para mayor tranquilidad y seguridad en la carretera. Ofrece soluciones como control de estabilidad (ESC), control de tracción (ATC), asistente de arranque en pendiente (HSA) y sistema antibloqueo de ruedas y distribución de frenada (ABS + EBD). También cuenta con luces de circulación diurna (DRL) integradas en los faros, luces de posición y luces traseras LED.

La tecnología es otro gran diferenciador, con innovación en todos los modelos, centrándose en la interactividad y la conectividad, para una mejor experiencia de usuario. Equipado con un nuevo panel de instrumentos con más de 70 funciones, cuenta con evaluación del conductor para mejorar el rendimiento, así como un menú perso-



nalizable, que muestra la información más importante para el conductor sin perder de vista el camino.

Al final del día y después de manejar toda la gama de productos de Volkswagen Camiones y Buses, podemos coincidir que serán una de las opciones más viables en el mercado mexicano. **VL**



PARA VOLKSWAGEN TRUCK & BUS, EL MERCADO MEXICANO ES EL MÁS IMPORTANTE EN SU INTERNACIONALIZACIÓN

PARA COMPETIR EN EL MERCADO MEXICANO DE UNIDADES PESADAS, ES NECESARIO CONTAR CON UNA SERIE DE FACTORES FUNDAMENTALES Y PARECE QUE UNA DE ESAS EMPRESAS QUE LO TIENE TODO, ES VOLKSWAGEN TRUCK & BUS MÉXICO, CUENTA CON LA LÍNEA DE PRODUCTOS MÁS GRANDE, ESTÁ PRÁCTICAMENTE EN TODOS LOS SEGMENTOS DE MERCADO, SU BRAZO FINANCIERO ES MUY FUERTE, TIENE EL RESPALDO POSTVENTA QUE NECESITA EL MERCADO Y ESTÁ EN TODO EL PAÍS CON SU RED DE CONCESIONARIOS.

Marco Hernández G.

Para Rafael Santos Magalhães, Director de Operaciones de Volkswagen Truck & Bus México, la compañía está en su mejor momento, en 2025 esperan lograr un año espectacular, con la llegada de toda su línea equipada con motores Euro 6, la compañía fue más allá del Euro 6, y no solo cumple con las normas medioambientales, sino que sus productos ahora tienen mayor confort, calidad y robustez.

El directivo explicó que el mercado mexicano, es el primero fuera de Brasil en recibir esta tecnología, la mejor de la historia -continúa Santos Magalhães- y esto se da por varias razones, la primera por el cambio tecnológico que está experimentando el mercado mexicano y segundo, por la importancia que tiene en la estrategia de la marca de internacionalización.

“Para nadie es un secreto, la gran importancia del mercado mexicano de unidades pesadas, en los últimos cuatro años, la compañía experimentó crecimientos importantes, y queremos seguir por ese camino, han sido años de trabajo que se han visto reflejados en grandes logros”.

En entrevista con Vía Libre, Rafael Santos Magalhães, dijo que están muy entusiasmados con el resultado final de sus unidades con motores Euro 6, pero reconoció que este



ESFUERZO Y DEDICACIÓN

Rafael Santos Magalhães, es un directivo brasileño de 49 años de edad, le ha tocado ver el nacimiento y consolidación de la compañía, conoce México desde 2010 y desde hace cuatro forma parte de Volkswagen Truck & Bus México, desde hace algunos meses fue designado como Director de Operaciones de Volkswagen Truck & Bus México.

Le han tocado los mejores años de la compañía, en los últimos cuatro ha trabajado junto con sus compañeros en el crecimiento y fortalecimiento de las marcas en nuestro país, les gustan las familias de camiones que tiene la compañía como los Delivery, para última milla, los urbanos con la familia Constellation y los extrapesados con sus tractos MAN TGX.

Como buen brasileño, le gusta el fútbol, su posición dentro de la cancha favorita es la del creativo, aunque reconoce que como a todos le gusta meter goles, en México aprendió a jugar Golf y según su propia opinión no lo hace tan más. Por ahora, tiene el volante de la compañía y espera acelerar muy fuerte en los siguientes meses.

es solo un eslabón que se complementa con crecimiento en el área de postventa, con su Centro de Refacciones, con la creación de TRATON Financial Services que ayudará a llegar a transportistas que antes no podía acceder a unidades Volkswagen Camiones y Bus y vehículos MAN.

Además desde hace varios meses lanzaron sus centros de entrena-

miento Volkswagen Academy, así como MAN Academy, donde no solo están capacitando a toda su red con los motores Euro 6, sino con todo el producto en su conjunto, también capacitan a su personal de ventas, administración y servicio, ya que todos deben estar en el mismo camino y con el mismo objetivo.

El directivo recordó que ahora son el cuarto lugar en ventas totales en México, y son además el primer lugar en ventas de vehículos chatos, algo que no ha sido nada fácil, “Por eso, estamos en el mejor momento de nuestra historia, ahora con nuestros motores Euro 6, tenemos que seguir mejorando, mejor postventa, más disponibilidad de refacciones, más cerca de nuestros clientes”.

De entrada, el directivo comentó que las unidades equipadas con motores Euro 6, puede ofrecer un beneficio de 8%, comparado con los equipados con motores Euro 5, en la misma aplicación, aunque en Brasil han reportado ahorros de mucho más que el 8%. “Estamos seguros de que vamos a sorprender gratamente a los transportistas mexicanos”.

El principal desafío para Rafael Santos Magalhães, es seguir con la mejoría en la operación de la compañía, así como en la participación de mercado. “Tenemos que ser competitivos, estar presentes con nuestros clientes, seguir creciendo”. **VL**



VOLKSWAGEN TRUCK & BUS MÉXICO, UN GRAN LUGAR PARA TRABAJAR

VOLKSWAGEN TRUCK & BUS MÉXICO (VWTB), CELEBRA UNA VEZ MÁS LA OBTENCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN GREAT PLACE TO WORK, LA CUAL CONSISTE EN UNA EVALUACIÓN DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE EMPRESAS A NIVEL GLOBAL, ESTABLECIENDO LOS ESTÁNDARES PARA SER CONSIDERADO UN GRAN LUGAR PARA TRABAJAR.

Este hito es el resultado de la aplicación de los valores corporativos dentro de la organización y de diversos programas de desarrollo implementados por VWTB. Para otorgar la certificación, Great Place To Work, empresa líder en el sector de certificadoras, evalúa, por una parte, las prácticas culturales, mismas que son promovidas por los líderes, así como el área de Personas & Cultura y Sostenibilidad; y, por otra parte, realiza una encuesta de clima organizacional, la cual evalúa que dichas prácticas, políticas y procesos, permeen en toda la empresa, se comuniquen y se vivan en todos los niveles.

Como parte de Grupo TRATON, la armadora mexicana ha implementado diversas políticas e iniciativas que van dirigidas principalmente al desa-

rollo del talento dentro y fuera de la organización, así como a la Diversidad e Inclusión, entre las que destacan: Mujeres Transformando, Formare, Level Up, Semana de la Diversidad y el programa Mentas Brillantes.

En línea con sus objetivos comerciales y estrategia de enfoque al cliente, VWTB se centra en brindar las mejores condiciones para sus colaboradores, quienes representan con orgullo a las marcas ante el mercado y a su vez, otorgan el mejor servicio, de la mano de un portafolio de productos espectaculares.

“Para nosotros, es un orgullo poderlos certificar nuevamente, pues además de darnos un panorama muy claro del clima organizacional actual, también podemos reconocer la cultura que hemos generado a tra-

vés de todos nuestros colaboradores, con buenas prácticas de bienestar, desarrollo y diversidad, mismos que están alineados con los objetivos del Pacto Global de la ONU, al que recientemente nos adherimos y con el que nos comprometimos por un desarrollo sustentable”, comenta Cassia Lima, gerente de Estrategia, Principios de P&C y Desarrollo de Personas.

“Nuestro compromiso con la organización es que más allá de esta certificación, seguiremos trabajando para ofrecer las mejores condiciones laborales a los colaboradores, beneficios diferenciadores y, sobre todo, un espacio para trabajar que permita que se desarrollen personal y profesionalmente”, afirma Carla Ábrego, gerente de Operaciones de Personas & Cultura. **VL**

DESDE EL PRIMER DÍA ABRIL, LOS CLIENTES DE VOLKSWAGEN TRUCK & BUS Y MAN EN MÉXICO TIENEN ACCESO A UNA ESTRUCTURA DE SERVICIOS FINANCIEROS DEDICADA BAJO LA MARCA TRATON FINANCIAL SERVICES MÉXICO, QUE OFRECE SOLUCIONES DE FINANCIAMIENTO PERSONALIZADAS.

EL BRAZO FINANCIERO DE VOLKSWAGEN TRUCK & BUS Y MAN ES TRATON FINANCIAL SERVICES

Maria H. Ramírez

Este es un paso importante para mejorar el apoyo financiero a ambas marcas, garantizando condiciones atractivas y un proceso simplificado a través de una oferta integral para los clientes del segmento.

Alejandro Arredondo, director de las marca Volkswagen Truck & Bus y MAN de TRATON Financial Services, afirmó que están listos para ofrecer al mercado herramientas financieras útiles y atractivas para los transportistas mexicanos, estarán llegando a cada uno de los segmentos de mercado con trajes a la medida de sus necesidades.

“Con el lanzamiento de esta nueva estrategia financiera para los clientes de las marcas Volkswagen y MAN, nuestro objetivo es apoyarlos a lograr sus metas de negocio de manera eficiente y con condiciones exclusivas, que sólo una estructura cautiva puede ofrecer”.

De entrada espera que alrededor del 40% de las unidades comercializadas de Volkswagen Truck & Bus y MAN, sean por medio de TRATON Financial Services y para ello, ya trabajan con una serie de estrategias.



El directivo comentó que dentro del portafolio de soluciones de la financiera está conformado por crédito simple, arrendamiento financiero, arrendamiento puro, agente de seguros y así como full service leasing.

Rafael Magalhães, director de ope-



raciones de Volkswagen Truck & Bus México, explicó que con la oferta de servicios financieros cautivos, garantiremos nuestro estándar de servicio desde la compra de un camión o un autobús Volkswagen o MAN hasta el financiamiento del vehículo y la contratación del seguro.

“Esta estrecha colaboración nos permite alinear los productos financieros con las necesidades de soluciones de transporte, en donde también dimos un gran salto este mes al lanzar la más moderna línea de camiones y autobuses Volkswagen y MAN con la llegada del portafolio Euro 6” **VL**



DIGO GOLEMBIESKI (TÉCNICO VIPAL MÁQUINAS BRASIL), ARMANDO CANO (JEFE DE PLATA RECANOR), LIONEL ORPINEDA (ASESOR TÉCNICO COMERCIAL VIPAL MÉXICO), FAUSTO ZANCAN (TÉCNICO VIPAL MÁQUINAS BRASIL) Y PABLO BOTELLO (OPERARIO PRODUCCIÓN RENOVADORA)

ALIANZA PARA INNOVAR: VIPAL Y RECAUCHADOS DE NORTE SAPI

CONVENCIDOS DE LA RESPONSABILIDAD DE PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE Y HACIENDO DE ESTA LABOR UNA CONSTANTE NECESIDAD DE ESTABLECER RELACIONES ARMÓNICAS, VIPAL Y RECAUCHADOS DE NORTE SAPI (RECANOR), HAN UNIDO ESFUERZOS ENCAUSANDO LA TECNOLOGÍA A MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO EN PRO DEL RENOVADO DE LLANTAS, SU OBJETIVO ES CLARO, EL EJERCER EL MÁXIMO DESEMPEÑO DE LOS NEUMÁTICOS.

Edgar Luján, director general de RECANOR, se ha enfocado en el desarrollo de productos teniendo la visión de utilizar la ciencia y la tecnología para sobresalir en la competencia por el mercado de servicio a transportistas y equipo pesado.

Como se sabe, el renovado de llantas, es una de las opciones ecológi-

cas que cada día más transportistas de carga y pasaje están adoptando y es precisamente, durante su programa de crecimiento que RECANOR ha refinado su proceso de renovado de la mano de aliados claves como Vipal y Marangoni.

Este joven empresario innovador ha generado estas alianzas para asegurarse de contar con la mejor ma-

teria prima y el equipo más novedosos para el renovado y reparación de neumáticos industriales.

“Somos los más eficientes, estamos entregando servicios con calidad internacional”, explicó el directivo. Precisamente bajo esa premisa RECANOR inició la evolución de un proceso en gran parte para lograr un mecanismo completamente automatizado.



MÁQUINA VOC 760 CARGO

Desde su fundación en 2018, RECANOR se ha destacado por el desarrollo de productos innovadores, ahora al utilizar la tecnología Ringread de Marangoni, se han logrado reducir al menos 5 minutos del proceso de cada llantas renovada. Una de las ventajas es que debido a que una banda en forma de anillo promueve el estirado uniforme se minimiza el desperdicio.

Esto es, que se utiliza 6% menos material por pieza producida. La tecnología de Marangoni ha conquistado el mercado europeo y gracias a la alianza con RECANOR se han fijado sus ojos en Estados Unidos y Latinoamérica.

VIPAL es una empresa con más de medio siglo que se ha dedicado a proveer maquinaria y productos para la renovación y reparación de neumáticos OTR (Off the road). Gracias a la visión conjunta de ofrecer una Solución Completa, Recanor y Vipal han estrechado manos y puesto en marcha un cambio en el mercado mexicano.



MÁQUINA SMART UNO

El cambio en Recanor ha sido un reto, con resultados positivos. Se adaptó la planta RECANOR CUU para recibir e instalar maquinaria sin parar la producción para sus clientes. VIPAL, estuvo ahí para capacitar al personal sobre el funcionamiento y operación de la VOC760 CARGO.

Este equipo orbicushion ofrece alta precisión y una aplicación consistente del cojín localizado bajo la banda de rodadura. RECANOR ofrece la solución completa del cuidado de neumáticos industriales al mercado, Vipal proporciona la solución completa para renovación y reparación de neumáticos OTR y Marangoni ha desarrollado un sistema basado en la innovación; juntos se preparan para seguir siendo la respuesta que demanda el mercado.

El proceso de innovación y trabajo entre las empresas ha sido así, primero se instaló la raspadora Smart UNO, totalmente automatizada con un rendimiento de 23 llantas por hora.

Después se instalaron 2 paneles master para control de vulcanizado donde es totalmente autorizado, optimizando los tiempos y el cliente puede monitorear vía remoto.

Después, se instaló la ringreader 1000 E, una de las primeras máquinas en todo México donde coloca la banda sin unión y ayuda a un mejor performance.

Y finalmente se instaló la Orbicushion VOC 760 la cual es una máquina que coloca el cojín directamente sobre la llanta, hacer rellenos de cardeos y es sumamente rápida, además de eficiencia se evitan desperdicios de materia prima.

Como se podrán dar cuenta toda esta infraestructura le permite a RECANOR dar respuesta inmediata a las necesidades de sus clientes, por lo que en los siguientes meses seguirá innovando en el mundo del renovado. **VL**



ROMPIENDO BARRERAS:

“MUJERES TRANSFORMANDO LA INDUSTRIA”

UN MOMENTO DE TRANSFORMACIONES ES LO QUE NOS HA TOCADO VIVIR EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, INTERNATIONAL NO SE PODÍA QUEDAR ATRÁS Y ORGANIZÓ EL PANEL ROMPIENDO BARRERAS: “MUJERES TRANSFORMANDO LA INDUSTRIA”, DONDE UN GRUPO DE CINCO MUJERES LÍDERES REFLEXIONÓ SOBRE EL PAPEL DE LA MUJER EN EL MUNDO DEL AUTOTRANSPORTE.

Marco Hernández G.

En un solo lugar, International reunió a las manos que ayudan a fabricar sus camiones en su planta de Escobedo, Nuevo León, uno de los centros de abastecimiento más importante de Norteamérica, también las manos talentosas que arreglan los camiones en las concesionarias, estuvieron presentes las manos que manejan los camiones que lleva las mercancías, asimismo las manos que trabajan por el posicionamiento de la compañía en el mercado mexicano de unidades pesadas.

Rafael Alvarenga, Presidente de Operaciones Comerciales de International Latam, fue el encargado de dar la bienvenida a las cinco mujeres participantes, a quienes recordó que International ha arrancando transformaciones que empiezan a dar resultados en gran medida por el talento, experiencia, liderazgo y habilidades de mujeres que a diario reafirman su compromiso con la innovación, calidad y rentabilidad de sus clientes.

Las cinco participantes platicaron su experiencia en el mundo del au-



totransporte, escuchamos a Fabiola Hernández, operadora de tractocamión en Transportes Tresco; Fátima Armendáriz, Inspector de calidad en la planta de International; Erika Hernández, Gerente de Mercadotecnia de Sierra Norte, uno de los concesionarios más importantes de International; Grecia Ramayo, Técnica de taller en Agencias Mercantiles y Laura Romero, CFO de International.

Para Cristina Perkins, Directora de Mercadotecnia y Experiencia del Cliente de International Latam, dijo que está es una forma de conocer los diferentes roles, perspectivas

de las mujeres en la industria del autotransporte, de esta forma se conocen las diferentes visiones y perspectivas.

“Las historias son inspiradoras, tenemos a toda la cadena de la industria en un solo lugar desde las que son parte de la producción, la que presta servicio arriba del camión o tractocamión, la que ofrece el servicio postventa y quienes tiene el objetivo de posicionar a la marca”.

Para Karina Olvera, Gerente de Comunicación y Relaciones Públicas de International, sin duda, se cierra el círculo que la marca quiere, con muchas enseñanzas, ya que tienen que creer lo que están haciendo para seguir creciendo.

Fabiola Hernández, operadora de tractocamión en Transportes Tresco, explica que toma el volante y puede recorrer las carreteras del país, tiene a su cargo un tractocamión International, equipado con un motor S13, para ella, los límites se los pone cada persona.

Los amaneceres y los atardeceres son los que más les gusta de



sus trabajo, pero goza cada uno de sus momentos al volante de su tractocamión.

Fátima Armendáriz, Inspectora de calidad en la planta de International, aseguró que su trabajo la impulsa a seguir estudiando, ella es una enamorada de la calidad, ya que es una cultura que aprendió en la línea de producción de una de las plantas más importantes de International en el mundo como la de Escobedo, Nuevo León.



Erika Hernández, Gerente de Mercadotecnia de Sierra Norte, uno de los concesionarios más importantes de International, por su parte, explicó que busca posicionar a Sierra Norte, como uno de los socios preferidos de los autotransportistas, por lo que muchas de sus estrategias van dirigidas a ese fin.



Para Erika, es fundamental trabajar de la mano con el corporativo de International, donde se crean lazos para estar cerca de sus clientes. “Es un trabajo que me apasiona y vemos los resultados en el posicionamiento de la marca”.

Grecia Ramayo, Técnica de taller en Agencias, afirmó que ella siempre se visualizó como una técnica en los camiones con motores a diésel,

ahora es más eficiente en la reparaciones, porque sabe de la importancia de que los camiones estén más tiempo en el camino.

En tanto, Laura Romero, CFO de International, quien es la primera mujer en ocupar el cargo de CFO en International, dijo que es importante está abierta al cambio a la innovación, tecnología, y a todas

las posibilidades. “No es necesario saberlo todo, pero sí tener las ganas de seguir con el aprendizaje”.

Este primer ejercicio de International, nos ha dejado conocimientos fundamentales, el primer de cómo las mujeres son parte activa de esta industria que no se detiene y en el que ellas está inmersa en gran parte de todo el proceso. **VL**



VOLANTAZO DE FOTON MÉXICO: NUEVA ESTRATEGIA, MÁS PRODUCTOS, MÁS VENTAS

TODOS APUESTAN A QUE LAS MARCAS CON MÁS TRADICIÓN EN EL MERCADO DE UNIDADES PESADAS TENGAN NUEVAS ESTRATEGIAS DE VENTAS. SIN EMBARGO, HA SIDO LDR SOLUTIONS CON SU MARCA FOTON, EL PRIMERO QUE HA REDEFINIDO SU RUMBO EN EL TABLERO DE LAS VENTAS DE VEHÍCULOS PESADOS EN NUESTRO PAÍS.

Marco Hernández G.

Raúl Téllez, CEO de LDR Solutions y Francisco Chávez, director general de FOTON México, se reunieron con medios de comunicación, ahí dijeron que sus ventas del año anterior llegaron a la cifra de 4,600 unidades, -lejos de su objetivo- ahora para 2025 esperan llegar a las 9,600 unidades, de las cuales entre 50 y 60% serán en el segmento de vanes y pick ups.

Una de las grandes fortalezas de FOTON México, han sido sus unidades de última milla, donde prácticamente se encuentra el gran poderío de la compañía y ellos, han sabido explotar esa ventaja para



ofrecer beneficios a los consumidores finales.

Por lo pronto, LDR Solutions, sigue

con su plan inversión en México, entre estas están en marcha la segunda planta del corporativo que estará ubicada en Tlajomulco, Ja-

lisco, dedicada al ensamble de Pick Ups y estará lista en los siguientes meses -la primera está en Lagos de Moreno, Jalisco- La tercera estará en Monterrey, Nuevo León y se enfocará a la producción de camiones y tractocamiones de las Clases 7 y 8, se espera que esta última esté lista para finales de 2026.

El objetivo de la marca es fortalecer su producción regional y convertirse en una fuente de abastecimiento para los mercados internacionales, así como para el mercado nacional. Los directivos reconocieron que se han hecho cambios en su estructura, todo con la meta de ofrecer la mejor tecnología al mercado.

Por ahora, cuenta con concesionarios en las principales ciudades del país, y este año existen algunos puntos que abrirán para fortalecer sus puntos de ventas y servicios.

La estrategia de FOTON México en el segmento ícono de carga en México, como es el tractocamión, estará enfocada a su modelo de última generación el Galaxy, del cual espera comercializar entre 450 a 500 unidades, en lo que resta del año. Para ello, tendrán una flota de prueba de 12 unidades. De hecho, existe una lista de transportistas mexicanos listos para tenerlo en evaluaciones.

Les podemos adelantar que el FOTON Galaxy, será uno de los tractocamiones consentidos de los empresarios mexicanos, su diseño es superior al estándar del mercado, así como su aerodinámica que seguramente sorprenderá al mercado mexicano. Su precio es otro de los atractivos que lo hará llegar a flotas de las más importantes del mercado mexicano.

Para Francisco Chávez, uno de los



puntos que tendrá un mayor enfoque en los siguientes meses será el servicio postventa, por lo que están conformando una estructura especializada, tal como lo han hecho en la parte comercial, por lo que serán más fuertes.

Respecto a los concesionarios, explicó que la relación es profesional, ya que han conformado la Asociación Nacional de Distribuidores FOTON México, que tendrá como objetivo delinear las metas comerciales. De hecho, se anunció que Grupo Ruano, se une a los concesionarios de la marca y estará operando en la Ciudad de México, tendrá a la venta todo el portafolio de la marca, aunque ya empezó con la comercialización de más de 40 autobuses para el transporte público de la Ciudad de México.

Sobre la Súper Copa, reconoció que



FAW se ha integrado al Serial, lo que hará la carrera de tractocamiones deportivos más competitiva. Una de las áreas que estarán fortaleciendo es la de postventa que es la que hará la diferencia en el mercado. **VL**



AL RENDIR PROTESTA COMO PRESIDENTE DE LA CÁMARA NACIONAL DEL AUTOTRANSPORTE DE CARGA (CANACAR) PARA EL PERÍODO 2025-2026, MIGUEL MARTÍNEZ MILLÁN, DIJO QUE DESDE EL INICIO DE SU GESTIÓN HA TRABAJADO CON UNA VISIÓN CLARA, CENTRADA EN TRES EJES FUNDAMENTALES: LA PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR, LA RENOVACIÓN DE LA FLOTA VEHICULAR Y LA SEGURIDAD EN LA RED CARRETERA NACIONAL.

MIGUEL MARTÍNEZ MILLÁN, PILAR DEL DESARROLLO ECONÓMICO

Marco Hernández G.

El líder de los transportistas de carga, Miguel Martínez Millán, estará un año más al frente de la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (Canacar), esto al rendir protesta durante la Asamblea General Ordinaria 2025, donde fue ratificado para continuar por tercer año consecutivo al frente del organismo.

El directivo dijo que durante este periodo de trabajo avanzan en seis puntos estratégicos con los que buscan consolidar la industria y fortalecer su papel en la competitividad del país, esto son: Seguridad, Capacitación y Profesionalización, Asuntos Normativos, Infraestructura, Renovación de la flota y Colaboración con el gobierno”.

El secretario de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT), Jesús Antonio Esteva Medina, afirmó que el autotransporte de carga es columna vertebral de la logística nacional y motor de crecimiento económico y generación de empleo.

Durante la toma de protesta del nuevo Consejo Nacional Directivo 2025-2026 de la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (Canacar), señaló que este sector aporta el 3.8% al Producto Interno Bruto (PIB) y moviliza más de 565



millones de toneladas de productos y mercancías.

El titular de la SICT, acompañado de la subsecretaría de Comunicaciones y Transportes, Tania Carro Toledo, y del director general de Autotransporte Federal, Luis Ruiz Hernández, dijo que dicha cifra equivale al 57% del total de carga que circula por todos los rincones del territorio nacional.

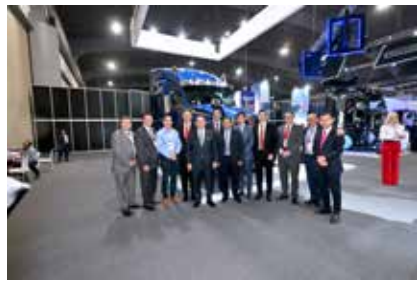
Esteva Medina agradeció la entrega del informe solicitado el pasado 19 de febrero a todo el sector del autotransporte, sobre el estado que guardan algunos tramos carreteros que deben ser atendidos por temas de baches, así como las casetas que registran mayor tiempo de espera, con la finalidad de trabajar de manera coordinada en su solución.

Añadió que la Canacar, actual-

mente presidida por Miguel Ángel Martínez, ha desempeñado un papel esencial en la modernización y desarrollo del sector.

“Su labor ha sido fundamental para impulsar la industria, y seguirá siéndolo durante la administración de la Presidenta Claudia Sheinbaum Pardo, quien ha sostenido reuniones de trabajo con las Cámaras de autotransporte para fortalecer y escuchar sus necesidades y de manera conjunta estrategias en beneficio del sector”, abundó.

El funcionario federal subrayó que en la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes, desde el inicio de esta administración, se trazaron objetivos estratégicos para fortalecer al sector del autotransporte de carga, iniciando de inmediato acciones como el programa de mantenimiento y conservación Bachetón. **VL**



CON EL FIN DE CONTRIBUIR A LA SALUD PÚBLICA Y A LA REDUCCIÓN DE EMISIONES CONTAMINANTES, LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE AUTOBUSES, CAMIONES Y TRACTOCAMIONES (ANPACT), QUE REPRESENTA A LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ DE VEHÍCULOS PESADOS, ESTABLECIDA EN MÉXICO DELINEA LOS OBJETIVOS Y CONJUNTA ESFUERZOS PARA DESARROLLAR LA HOJA DE RUTA PARA LA DESCARBONIZACIÓN DEL AUTOTRANSPORTE DE PASAJEROS Y CARGA.

ANPACT DELINEA OBJETIVOS Y PARA LA DESCARBONIZACIÓN DEL AUTOTRANSPORTE

Las discusiones y trabajos realizados en el foro contribuirán a desarrollar dicha hoja de ruta, así como objetivos, acciones e instrumentos a corto, mediano y largo plazo para transitar a la descarbonización del sector autotransporte de la mano de autoridades gubernamentales, empresas de energía, transportistas, permisionarios, universidades, ONGs, sociedad civil y la propia industria automotriz de vehículos pesados.

Al encabezar el Foro “Descarbonización del Autotransporte de Pasajeros y Carga en México”, el presidente Ejecutivo de ANPACT, Rogelio Arzate, destacó que, “solo a través de una colaboración estrecha entre todos los actores clave, se podrán alcanzar los objetivos que hemos trazado como país, en línea con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y los compromisos establecidos en el Plan México que ha delineado la presidenta Claudia Sheinbaum, en busca de mitigar el cambio climático y avanzar hacia un transporte más sostenible”.

Les presentamos lo más importante de las presentaciones de las marcas participantes.

“El hidrógeno nos plantea toda una nueva economía a nivel global, porque se presta para que uno produzca el hidrógeno para que a partir de la energía eólica puedas producir la cantidad que tu necesitas, eso creará una economía muy fuerte en los países que decidan adoptarlo, entre más rápido se adopte el hidrógeno más rápido vamos a desarrollar esta industria”.

Jorge Machuca,
Director de Ventas del
Negocio de Motores
para Hispanoamérica
de Cummins

“Trabajamos con todas las tecnologías, no le apostamos a una tecnología. Todas las tecnologías tienen sus pros y sus contras. No hay una mejor tecnología, todo dependerá de la factibilidad tecnológica, económica y operativa”.

Gabriel Alemán Andrade,
Gerente de Ingeniería
de VW Trucks & Bus.

“El mayor reto que tenemos es transformar el transporte a través de la descarbonización. Estas son

nuestras tres metas 1.- reduciremos el 40% de emisiones de CO2 en los vehículos, 2.- 35% de las unidades vendidas al 2030 libres de emisiones y 2024 todo la cadena productiva libre de emisiones.

La estrategia se basa en la 1.- electrificación, 2.- optimización y 3.- apuesta a los biocombustibles”.

Daniel Rodríguez Campos,
Director Comercial
de Mack Trucks

“Tenemos que descarbonizar con los elementos que tenemos a la mano, entonces buscamos reducir elementos que nos están contaminando ríos, lluvia ácida, para lograrlo tenemos un triángulo virtuoso empresarios, gobierno y la industria, ponernos de acuerdo para reducir de la manera más rápida posible con los energéticos disponibles”.

Jorge Navarro,
Director Comercial de
Buses y Trucks de Scania México

“En lo que va del año no se han vendido ni autobuses ni camiones eléctricos. La tecnología está disponible, pero si la solución es

cara, no puede ser adoptada por las grandes industrias. Tenemos que tener la solución a la carta, dependiendo de cómo lo queramos hacer”.

Constantino Vázquez Álvarez,
Gerente de Desarrollo de Distribuidores y Relaciones Institucionales de Isuzu

“Debe de haber una coexistencia de tecnologías que nos lleve a atender la descarbonización climática de una manera integral. La ruta natural es la coexistencia, no hay una sola solución”.

Javier Valadez,
Director de Operaciones en PACCAR México

“Buscamos para 2039 poder lograr al 100% que todas las plantas contaminen en la producción de los vehículos, cuenta hoy por hoy, 2030 el 70% de energía que consumo sea gracias por tecnología pura producción de energía eólica y solar”.

Alan Fernández Silva,
Key Account Manager de Mercedes-Benz Vanes

“Somos la única marca en México en ofrecer camiones híbridos, esta tecnología reduce hasta 45% emisiones en comparación con una unidad diésel. Desde 2023 hemos colocado más de 3,600 unidades híbridas, tenemos que reducir, reusar y reciclar y cuidar las cosas mucho tiempo”.

Yoichi Noda,
Coordinador Máster de Planeación de Hino

“Tenemos un reto en México, que deriva en asegurar la generación y distribución de estas tecnologías en las principales rutas, esto previene la masificación de vehículos eléctricos que nos permiten seguir



invirtiendo en el desarrollo de estas tecnologías”.

Jorge Vargas,
Director de Desarrollo de Mercado y Portafolio de Producto de Freightliner.

“No se trata de solo de cambiar el motor, sino de transformar la forma en la que vemos la movilidad, es fundamental que al iniciar un estudio de movilidad siempre tengamos en cuenta: la demanda del transporte, tenemos que escuchar a nuestro cliente que es lo que necesita, hacia donde quieres ir, tener alianzas estratégicas

“Estos son seis pasos de un proyecto de movilidad. 1.- La electromovilidad es una realidad, 2.- hagamos conciencia de nuestro entorno para identificar los recursos 3.- electromovilidad es un tema de responsabilidad social, 4.- Existen más soluciones limpias que aplican a diferentes ecosistemas, 5.- La planificación es la clave y 6.- Visión Holística. El futuro de la movilidad es hoy y perfeccionar el arte del transporte es una forma de vida”.

Raúl González,
Director de Ventas, Mercadotecnia y Postventa Mercedes-Benz Autobuses.

Taruk, correcaminos en lengua Yáqui, es un autobús 100% mexicano, nació en la planta de DINA, bajo el diseño de ingenieros mexicanos, de la mano de proveedores mexicanos que nos han suministrado el 70% de contenido nacional del vehículo, sabemos perfectamente las necesidades de los transportistas mexicanos”.

José Raúl Martínez Islas,
Director Comercial y de Posventa de DINA

Compromiso con la Sostenibilidad y la Innovación FOTON, como líder mundial en tecnologías para el autotransporte, ha desarrollado soluciones de movilidad que van desde vehículos eléctricos con autonomías de hasta 650 km, hasta modelos de hidrógeno con una capacidad de almacenamiento de 385L”.

Roberto Talavera,
Director Comercial y Posventa de Vehículos Eléctricos y de Nuevas Energías de FOTON



LA ELECTROMOVILIDAD EN MÉXICO PRECISA ALIANZAS ESTRATÉGICAS: JESÚS PADILLA

EL SECTOR PRIVADO REQUIERE FOMENTAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON ARMADORAS, FINANCIERAS Y AUTORIDADES PARA QUE LA ELECTROMOVILIDAD SE ESTABLEZCA DE MANERA EFICIENTE EN MÉXICO, AFIRMÓ JESÚS PADILLA ZENTENO, DURANTE SU PARTICIPACIÓN EN LA SEDE DEL BANCO MUNDIAL (BM), UBICADA EN WASHINGTON, D.C., DONDE SE DESARROLLÓ EL SALÓN DE MOVILIDAD ELÉCTRICA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE.

Este evento se llevó a cabo en el contexto de Transformar el Transporte (Transforming Transportation, TT25), una iniciativa organizada por el propio BM y por el Centro Ross para Ciudades Sostenibles del Instituto de Recursos Mundiales (WRI por sus siglas en inglés), y en el que participaron oradores destacados como la presidenta de la Unión Internacional de Transporte Público (UITP), Renée Amilcar; la directora general de Operaciones del BM, Anna Bjerde, y Guangzhe Chen, vicepresidente de Infraestructura del propio BM, entre otros.

La primera edición del Salón, titulada Desbloqueando la

transición hacia el transporte público eléctrico en América Latina y el Caribe, contó con la participación de Jesús Padilla Zenteno, director general de Grupo CISA, para ofrecer su punto de vista sobre la movilidad eléctrica en México.

En su intervención, dijo que en nuestro país la electromovilidad es un tema que está ganando terreno como una solución sostenible para el momento actual y el futuro del transporte, y recordó que durante la pasada administración de la Ciudad de México, que entonces encabezaba la actual presidenta de la República, Claudia Sheinbaum Pardo, la UITP le otorgó un reconocimiento internacional por su programa de movilidad eléctrica, que incluyó al Metrobús, Trolebús, Metro, Tren Ligero y Cablebús, entre otros sistemas de transporte.

Dijo que este avance ha continuado durante la administración de la actual jefa de Gobierno capitalino, Clara Brugada Molina, quien ha inaugurado nuevas líneas de Cablebús, continuará con la ampliación de la red del Metrobús (líneas 0 y 8), así como la modernización del Metro de la Ciudad de México.



El empresario explicó que, aunque la vinculación de Grupo CISA al tema de la electromovilidad inició hace tres años, con la operación del Trolebús elevado y, más recientemente, con la compra y operación de unidades eléctricas para la Línea 4 del Metrobús, “desde hace 20 años estamos atentos a las tendencias que emergen a nivel internacional en el sector del transporte público”.

Agregó que, de acuerdo con cifras oficiales, hasta enero de 2025, en México se han adquirido 744 autobuses eléctricos de diversas marcas y modelos, de los cuales el 17.5% (130 unidades) pertenecen a Grupo CISA, lo que ha representado una inversión inicial de más de mil 100 millones de pesos (53.8 millones de dólares), cifras que, “para nosotros, han significado un gran esfuerzo y verdaderos casos de éxito”.

Sostuvo que el papel del sector privado en la electromovilidad implica un importante aprendizaje para técnicos

y operadores, que deben contar con apoyo de organismos nacionales e internacionales, como el World Bank Group, el Banco Interamericano de Desarrollo y WRI, para saber aprovechar temas de financiamiento internacional, hasta otros relacionados con asuntos arancelarios, como los impuestos e incentivos fiscales.

Agregó que se necesita también apoyo del sector energético para temas relativos al desarrollo y estandarización de estaciones de carga, así como de fabricantes y armadoras, para conocer más sobre la reducción en los tiempos de mantenimiento (ya que la disminución de piezas móviles y fluidos minimiza el desgaste de los componentes), capacidad de almacenamiento y mayor tiempo de vida de las baterías; calcular fenómenos como el clima y otras variantes, para alargar la vida de los autobuses e incluso sobre el tema de la operación, donde los conductores tienen que comprender plenamente el sistema, no sólo para alcanzar ahorros de energía, sino para el correcto mantenimiento de las unidades.

Grupo CISA es un consorcio conformado por 25 empresas de transporte público, que desde hace dos décadas ha contribuido a la transformación de modelos de transporte en el país, con más de dos mil unidades, articuladas, biarticuladas, doble piso, piso bajo y convencionales, con certificaciones tecnológicas y ambientales EPA, Euro V, Euro VI, de consumo energético a gas, unidades híbridas y a diésel ultra bajo azufre y unidades 100% eléctricas. **VL**



LA SECRETARÍA DE INFRAESTRUCTURA, COMUNICACIONES Y TRANSPORTES (SICT) TIENE LA META DE BALIZAR E IDENTIFICAR A UN PARQUE VEHICULAR DE UN MILLÓN 800 MIL UNIDADES, TANTO MOTRICES COMO REMOLQUES QUE CIRCULAN POR LA RED CARRETERA FEDERAL, TODO EN COORDINACIÓN CON EL SECTOR DEL AUTOTRANSPORTE FEDERAL.



SE BALIZARAN UN MILLÓN 800 MIL UNIDADES Y REMOLQUES DE AUTOTRANSPORTE FEDERAL

Dicho proceso de registro y marcaje obedece a una estrategia integral para mejorar la seguridad en carreteras. El sector cuenta con 90 días de plazo para identificar todas sus unidades, según los lineamientos publicados en el Diario Oficial de la Federación (DOF); la fecha de vencimiento será el ocho de mayo próximo.

Paulino Herrera Manzano, director ejecutivo de Supervisión de la Dirección General de Autotransporte Federal (DGAF), explicó que se trata de identificar el número de placa de las unidades, tanto en la parte superior, posterior y los laterales, con un tamaño y un contraste que permitan la visualización fácil y rápida en los medios electrónicos de vigilancia.

Herrera Manzano aseguró que con el balizado y a través de la iniciativa Balam de la Guardia Nacional, en caso de una emergencia se podrá identificar la unidad en los sistemas de videovigilancia, drones o helicópteros a través de cámaras en zonas urbanas y dar seguimiento para ubicarla en caso de un hecho delictivo.

Explicó que los transportistas pueden realizar el balizado de manera manual, a través de pinturas, plantillas, calcomanías, mantas o lonas en las que se pueda observar el número de placa. Lo importante es que sean colores contrastantes, que puedan ser visibles. “Si es un vehículo con fondo oscuro, los números de las placas serán en color blanco y viceversa”, comentó Paulino Herrera Manzano.

En el caso del autotransporte de pasajeros, deben llevar por lo menos cuatro marcajes: en la puerta de servicio, ventanilla trasera derecha, parte trasera y toldo, cada posición con medidas específicas.

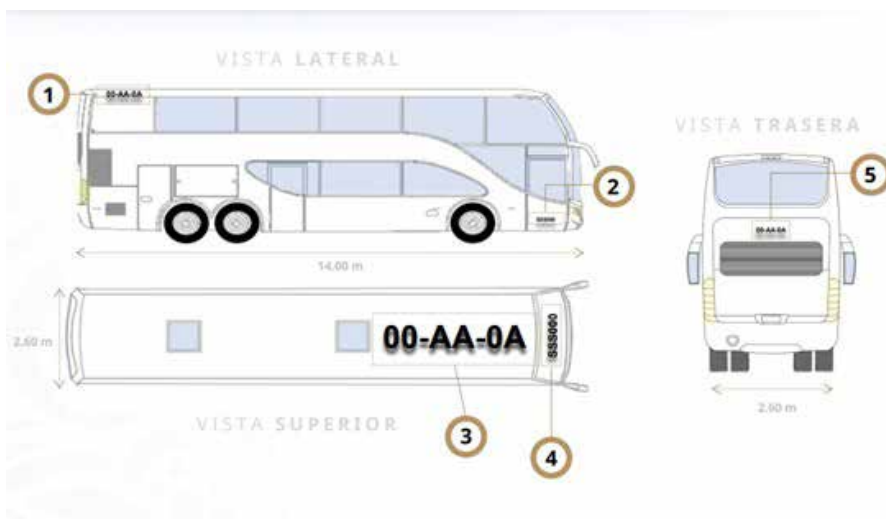
El proceso tarda en promedio de dos a tres horas y el material que se utiliza es sustentable, a base agua, no contaminante, con gran durabilidad, buen rendimiento y, sobre todo, protege al medio ambiente.

Herrera Manzano detalló que, a un mes de la publicación de la normatividad, han recibido una respuesta positiva por parte de los dirigentes de Cámaras, de organizaciones, así como de los transportistas.

Al respecto, el director operativo de Ómnibus de México, Benjamín Galván Torres, señaló que las empresas de autotransporte son los principales interesados en realizarlo. Por ejemplo, con las unidades nuevas hay un protocolo que cuando se van a incorporar a los servicios de operación ya deben venir balizados, añadió.

“En el periodo que nos está dando la SICT, de 90 días, se están haciendo esfuerzos muy importantes para cumplir en tiempo y forma con el 100%; estamos convencidos del gran beneficio de unidades balizadas al circular por las carreteras del país”, enfatizó.

“Para la Presidenta Claudia Sheinbaum la seguridad en carreteras es de los puntos prioritarios, por lo que se está apoyando mucho al sector de transporte, tanto de pasaje como de carga y turismo. Con el balizado la autoridad nos está dando herramientas para circular en condiciones mucho más seguras”, abundó. **VL**



SCANIA MÉXICO ABRE LA CARTERA INVIERTE 143 MDP EN SU SUCURSAL TEPOTZOTLÁN



SIMPLE Y SENCILLAMENTE DE OTRO NIVEL, ASÍ ES LA SUCURSAL DE SCANIA EN TEPOTZOTLÁN, ESTADO DE MÉXICO, CON UNA INVERSIÓN DE 143 MILLONES DE PESOS, SCANIA, ABRIÓ LAS PUERTAS DE ESTAS INSTALACIONES QUE REFLEJAN EL COMPROMISO DE LA FIRMA PARA SEGUIR OFRECIENDO EL MEJOR SERVICIO POSTVENTA EN EL MERCADO MEXICANO Y DE ESTA FORMA CONSOLIDAR SU PRESENCIA EN NUESTRO PAÍS.

Francico Ramírez / enviado

TEPOTZOTLÁN, EDO DE MÉX.- El evento inaugural, encabezado por directivos de Scania México, marca el inicio de operaciones de una instalación diseñada para fortalecer la red de atención a sus clientes de la región centro del país que representa más de ocho mil unidades de flota rodante en México.

Con esta nueva sucursal, Scania

amplía su red de atención a 17 sucursales y más de 60 puntos de servicio en todo México. La inversión realizada responde a la necesidad de ofrecer una atención más cercana y personalizada en la zona norte de la Ciudad de México, que forma parte de su cartera de clientes.

**UNA MARCA CONSOLIDADA,
COMPROMETIDA CON EL
CRECIMIENTO**

Tepotzotlán, que ha visto un au-

mento del 933% en empresas transportistas en los últimos 10 años, es una de las regiones industriales de mayor dinamismo, lo que genera una alta demanda de soluciones de transporte. Esta sucursal, además de ser la más grande de Scania en México, es clave para cumplir con la promesa de brindar un servicio postventa de excelencia y seguir consolidando a la marca como un líder en el mercado de transporte sostenible y vanguardista.

La nueva instalación no solo responde a la expansión de la red de atención, sino que también ha sido diseñada con principios sostenibles. Cuenta con iluminación natural, temperaturas óptimas sin aire acondicionado, captación de agua pluvial y celdas solares, todo en línea con los estándares de sustentabilidad. Se espera que en el corto plazo obtenga la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que consiste en un sistema de certificación internacional para edificios sostenibles, creado por el Consejo de la Edificación Verde de los Estados Unidos. LEED se otorga a los edificios que cumplen con una serie de estándares ambientales y de eficiencia energética, lo que garantiza su compromiso con el cuidado del medio ambiente, dinámica que ha manejado y practica la marca a lo largo de su historia.

FORTALECIENDO LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES A TRAVÉS DE SOLUCIONES ACCESIBLES

Alejandro Mondragón, CEO de Scania México, afirmó que esta sucursal marca un paso importante para llegar a más clientes, fortalecer las relaciones con las empresas que ya operan unidades Scania y continuar consolidándose como un proveedor integral de soluciones de transporte. “Esta expansión y nuestra inversión son una muestra clara de que estamos cumpliendo nuestra promesa de servicio, ofreciendo innovación y excelencia operativa”, destacó Mondragón.

“Nuestra marca premium garantiza un servicio de calidad y por ello continuamos expandiendo nuestra red propia de sucursales, bajo estándares suecos, lo cual garantiza que la flota de nuestros clientes esté en las mejores manos”, informó Gi-



sela Quintero, directora de experiencia al cliente y soporte a servicios.

Scania también anunció la apertura de su centro de entrenamiento, el cual garantiza la capacitación de más de 450 técnicos al año, lo que equivale a más de 38 mil horas de formación, con una inversión de 10 mdp en mil 300 metros cuadrados; el mejor producto en las mejores manos.

Con esta nueva sucursal, Scania México sigue avanzando en su com-

promiso de transformar la industria del transporte, manteniéndose firme en su misión de ofrecer soluciones a la medida, accesibles y de alta calidad a sus clientes.

Durante el evento inaugural, también estuvieron los recién nombrados directores de Scania México para Trucks y Buses y el de Minería, Aplicaciones Especiales y la recién incorporada división de Motores (Manuel Aranda y Said Vivas, respectivamente). **VL**

JORGE NAVARRO, ASUMIRÁ LA DIRECCIÓN COMERCIAL DE SCANIA MÉXICO PARA TRUCKS Y BUSES

Con lo anterior, Scania México continúa evolucionando para estar más cerca de sus clientes, reforzando su compromiso con la excelencia en atención, seguridad y servicio.

Alejandro Mondragón, CEO y Presidente de Scania México, dijo que en Scania, las personas están en el centro de la estrategia. “Creemos en el desarrollo de nuestros colaboradores y en la solidez de su compromiso con los clientes. Estos nombramientos fortalecerán la operación y contribuirán a alcanzar las metas de mediano plazo en la región”.

Jorge Navarro, es un viejo lobo de mar en el mundo Scania, con más de 13 años de trayectoria en Scania México, asumirá la Dirección Comercial de Scania México para Trucks y Buses. Su liderazgo ha sido clave en el posicionamiento de Nuväk, la plataforma número uno de autobuses foráneos en México. Además, bajo su



gestión, Scania México se ha posicionado por segundo año consecutivo como el número uno en ventas de autobuses de Scania Global.

En tanto, Said Vivas continuará al frente de la dirección de Minería y Aplicaciones Especiales, que ahora incorporará la división de Motores, ampliando así su alcance estraté-

gico. Desde su llegada a Scania, ha liderado la construcción y consolidación del equipo comercial y de servicios para Minería y Aplicaciones Especiales, así como el desarrollo de la estrategia comercial y de postventa en estos sectores clave.

Con esta estructura, Scania México refuerza su compromiso con la especialización y cercanía con sus clientes, asegurando una oferta de soluciones adaptadas a las necesidades del mercado mexicano. La empresa continuará evolucionando para seguir liderando la transformación del transporte sostenible en el país.

En entrevista con Vía Libre, Jorge Navarro, dijo que tiene mucho que seguir aprendiendo en el mercado de vehículos pesados y se mostró contento con este nuevo reto. “Vamos a seguir estando cerca de nuestros clientes ofreciendo la mejor tecnología en el mercado”. **VL**

DESPUÉS DE REPORTAR GRANDES RESULTADOS EN EL MERCADO DE AUTOBUSES, JORGE NAVARRO HA SIDO DESIGNADO DIRECTOR COMERCIAL DE SCANIA MÉXICO PARA CAMIONES Y AUTOBUSES, SU PRIMERA TAREA SERÁ REPLICAR EL EXCELENTE TRABAJO DEL SEGMENTO DE PASAJE EN CARGA.



IÑIGO ALDAY TOMARÁ EL VOLANTE DE IRIZAR MÉXICO

IRIZAR MÉXICO, LÍDER EN LA FABRICACIÓN DE AUTOBUSES DE ALTA GAMA, ANUNCIÓ UN CAMBIO EN SU ESTRUCTURA DIRECTIVA COMO PARTE DE SU ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO Y CRECIMIENTO EN EL MERCADO.

A partir del 1º Mayo del 2025, Iñigo Alday asume la Dirección General de Irizar México, manteniendo su posición en el equipo de Dirección del Grupo Irizar como Director de Unidad de Negocio Internacional. Su liderazgo estará enfocado en el desarrollo y ejecución de un plan estratégico de inversiones para la planta en México, además de tener la misión de impulsar el lanzamiento de nuevas gamas de productos, incluyendo vehículos convencionales y eléctricos, asegurando continuidad en el éxito comercial e innovación, reforzar la calidad y confianza que ha caracterizado a la compañía en los últimos años y consolidar el crecimiento sostenible de la compañía.

Por otro lado, Irizar desea expresar su sincero agradecimiento y reconoci-



miento a Arnaud Dordilly, quien deja la empresa para emprender nuevos desafíos profesionales. Durante su gestión, Arnaud fue clave para posicionar nuevamente a Irizar como líder en el segmento de autobuses foráneos en México, teniendo importantes logros como el exitoso lanzamiento mundial de la carrocería Iri-

zar i8 Efficient. Su liderazgo y compromiso han desarrollado con éxito la marca Irizar en la industria, y su contribución ha sentado las bases para una transición exitosa.

Asimismo, en el área industrial, Iván Alegría Saralegui asumirá la Dirección Industrial de Irizar México, en sustitución de Edurne Segúes Ezeiza, quien se integrará a nuevos proyectos en Irizar España. Este cambio refuerza la continuidad operativa y el compromiso de la compañía con la excelencia en la manufactura y la calidad de sus productos.

Con estos movimientos estratégicos, Irizar México reafirma su compromiso con la innovación, la expansión de su portafolio y la consolidación de su liderazgo en el sector. **VL**



APYMSA FINALIZA LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL MECÁNICO CON MEGA CAPACITACIÓN

CON LA PARTICIPACIÓN DE 200 MECÁNICOS QUE HAN HECHO DE LA MEGA CAPACITACIÓN DE APYMSA TODO UN ÉXITO, FINALIZÓ APYMSA LOS FESTEJOS DEL DÍA DEL MECÁNICO, SUS INSTALACIONES EN ZAPOPAN, JALISCO, HA SIDO EL PUNTO DE ENCUENTRO DONDE MECÁNICOS DE TODA LA REGIÓN SE REUNIERON, CON EL OBJETIVO DE FORTALECER EL CONOCIMIENTO Y HABILIDADES DE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR, PERMITIÉNDOLES ENFRENTAR CON MAYOR PREPARACIÓN LOS RETOS DEL MERCADO ACTUAL.

Marco Hernández G. / enviado.

Lo logró, Grupo APYMSA llevó a cabo su Mega Capacitación, con la participación de 200 mecánicos, quienes estuvieron bajo el mismo techo realizando actividades comerciales, educativas y de networking.

Esta actividad forma parte de la estrategia de APYMSA para estar al lado de los mecánicos, con quienes reafirma su compromiso con el desarrollo del sector automotriz y la modernización del comercio.

El programa de conferencias se impartieron dos temas importantes, avalados por la Confederación Nacional de Talleres (CNT), “Ajusta la precisión en sistemas de combustible y puntos críticos”: Una sesión enfocada en la optimización de los sistemas de combustible, esenciales para el rendimiento y seguridad de los vehículos.





“10 estrategias para que tu taller llegue al éxito”: Un análisis de estrategias clave para la administración de talleres, mejora en la rentabilidad y optimización de servicios.

La Mega Capacitación contó con la participación de Francisco Morales, director de Operaciones Retail; Eric Blasco, Director Comercial; e Irma Soto, Directora de Comunicación y Mercadotecnia. Además, recibieron al ingeniero Rudi Esquivel Bolaños, Presidente y Fundador de la Confederación Nacional de Talleres, quien compartió su visión sobre la importancia de la capacitación continua en la industria automotriz.

La Mega Capacitación ha sido uno de los grandes logros de Grupo APYMSA una compañía 100% mexicana, fundada en Guadalajara, Jalisco, con 45 años de experiencia en el sector automotriz. Como se sabe cuenta con un Centro de Distribución (CEDIS) de 10,200 m²,



ubicado en Zapopan, Jalisco, y una sólida red de más de 135 sucursales distribuidas a nivel nacional.

Su portafolio de productos incluye autopartes fuel injection, sistemas eléctricos, sistemas de enfriamiento, motopartes y accesorios, además de 11 marcas exclusivas con calidad OEM.

Gracias a su compromiso con la calidad, innovación y servicio al cliente, APYMSA ha sido reconocida con el Premio Nacional a la Calidad, otorgado por la CNT, en reconocimiento a su excelencia en el servicio a clientes y la calidad de sus produc-

tos. Esta distinción reafirma su liderazgo en la industria automotriz y su compromiso con ofrecer soluciones de primer nivel a talleres, distribuidores y profesionales del sector.

Para promover el desarrollo, APYMSA ha desarrollado un aprendizaje constante como una de las claves para mantenerse a la vanguardia en una industria en constante evolución.

Por ello, a través de Autex Academy, su plataforma de formación especializada busca brindar acceso a programas educativos de alta calidad que ayuden a los mecánicos a actualizar sus conocimientos y habilidades, asegurando que estén siempre preparados para los desafíos del futuro.

La Mega Capacitación reafirmó también el compromiso de APYMSA con el sector automotor y con el desarrollo de los expertos que mantienen el movimiento en México. **VL**





TIGRES RECIBE UN AUTOBÚS MERCEDES-BENZ BUSSCAR DD A LA ALTURA DE LA PASIÓN FELINA

MERCEDES-BENZ AUTOBUSES NO SOLO ES EL LÍDER INDISCUTIBLE EN MOVILIDAD, SINO QUE TAMBIÉN HA CONQUISTADO EL MUNDO DEL DEPORTE, CONVIRTIÉNDOSE EN EL ALIADO ESTRATÉGICO DE LOS EQUIPOS MÁS EMBLEMÁTICOS DEL FÚTBOL MEXICANO. SU HISTORIA ESTÁ MARCADA POR LA INNOVACIÓN, LA PASIÓN Y EL COMPROMISO, VALORES QUE COMPARTE CON EL CLUB TIGRES DE LA UANL, UNA INSTITUCIÓN FORJADA EN LA GARRA, LA ENTREGA Y LA GRANDEZA.

La marca alemana reafirma su compromiso con el deporte y la movilidad segura al entregar un chasis O500 RSD 2548, equipado con el sistema de seguridad más avanzado en el mercado, Safety Bus, y una carrocería BUSSTAR DD modelo 2025 de alta calidad. Diseñada especialmente para trasladar a los jugadores del equipo varonil de Tigres, esta unidad redefine el confort y la protección, asegurando que cada trayecto sea una experiencia de lujo y tranquilidad.

CARACTERÍSTICAS DEL AUTOBÚS:

- Longitud: 14.40 metros | Altura: 4.10 metros | Ancho: 2.60 metros
- Capacidad: Primer piso para 12 pasajeros, segundo piso para 44 pasajeros
- Entretenimiento: 1 pantalla en primer piso, 4 en segundo piso

- (15" cada una)
- Conexiones USB y cargadores de 110V por mancuerna
- Router WiFi automotivo
- Mueble cafetero en ambos pisos
- Bodega ampliada
- Certificación EURO V con tecnología BlueTec 5 para menor impacto ambiental

Hace más de nueve años, comenzó esta historia de éxito conjunto entre Mercedes-Benz Autobuses y Tigres. Desde entonces, han recorrido juntos un camino lleno de hazañas, acompañando al equipo en momentos que han quedado grabados en la memoria de millones de aficionados. Ser testigo y cómplice de cada victoria ha sido un orgullo indescriptible para la estrella de las carreteras.

Cada trayecto recorrido junto a Ti-

gres es una muestra de la pasión inquebrantable que ambos comparten. La emoción que desbordan los jugadores en la cancha es la misma que Mercedes-Benz.

“Para Mercedes-Benz Autobuses, esta entrega es más que un símbolo de innovación y excelencia. Representa la unión de dos gigantes: un equipo que despierta pasiones en cada estadio y una marca que ha transformado la movilidad con ingeniería de clase mundial. Además, este vínculo se refuerza con un orgullo local, pues “La Casa del Autobús”, la planta de producción donde nacen estas majestuosas unidades está en Nuevo León, la misma tierra que vibra con los rugidos de Tigres”, comentó Raúl González, Director de Ventas, Postventa y Mercadotecnia de Mercedes-Benz Autobuses. **VL**

MERCEDES-BENZ AUTOBUSES CONTINÚA MARCANDO LA DIFERENCIA EN LA MOVILIDAD DE LOS GRANDES DEL DEPORTE AL ENTREGAR, HACE UNOS MESES, UNA UNIDAD DE ÚLTIMA GENERACIÓN AL CLUB AMÉRICA, EL EQUIPO QUE MÁS TARDE ESCRIBIRÍA SU NOMBRE EN LA HISTORIA COMO TRICAMPEÓN DEL FÚTBOL MEXICANO. ESTE AUTOBÚS NO SOLO REPRESENTÓ EL ESPÍRITU DE LIDERAZGO Y TRIUNFO QUE DISTINGUE A LAS ÁGUILAS, SINO QUE TAMBIÉN FUE EL REFLEJO DE LA CALIDAD, SEGURIDAD E INNOVACIÓN QUE CARACTERIZA A LA ESTRELLA DE LAS TRES PUNTAS.

UN MERCEDES-BENZ AUTOBUSES ACOMPAÑÓ AL AMÉRICA EN LA OBTENCIÓN DEL TRICAMPEONATO

Con un diseño imponente, esta unidad de dos pisos única y exclusiva para el club América con sus 14 metros de largo fue configurada sobre una plataforma O500 RSD 2548, EURO VI, con carrocería Paradiso DD1800 G8. Su tecnología BlueTec®5 permite una mayor eficiencia en el consumo de combustible y una reducción significativa de emisiones contaminantes. Pero lo más importante: fue diseñada a la medida del equipo más ganador de México.

La comodidad de los jugadores fue prioritaria, por lo que su interior ofrece una experiencia inigualable en cada trayecto. Sus 58 asientos reclinables con descansapiés, cinturones de seguridad retráctiles, conectores USB individuales, pantallas LCD, aire acondicionado y camarote para el operador aseguran que el equipo viajara con el máximo confort y conectividad en todo momento.

Además del lujo y la comodidad, la seguridad fue un



pilar fundamental en la movilidad del equipo. Por ello, esta unidad incorpora lo mejor en tecnología de prevención de accidentes, incluyendo frenos ABS, sistema de tracción integral y freno de escape en el motor, además de la tecnología alemana Safety Features, un conjunto de funcionalidades diseñadas para hacer cada traslado más seguro. Cada kilómetro recorrido es con la confianza de que los jugadores viajarán protegidos, enfocados en lo más importante: brillar en la cancha y hacer historia.

Durante más de diez años de alianza, Mercedes-Benz Autobuses y el Club América han construido una relación basada en valores compartidos: pasión, liderazgo, disciplina y compromiso. La Estrella de las Tres Puntas aprendió del espíritu de entrega del club, de su amor por el fútbol y del fuerte lazo con su afición. Esta entrega no solo reafirmó la confianza mutua, sino que también selló un nuevo capítulo en la historia de éxito que ambas instituciones han forjado juntas. **VL**



TRANSPORTES AZTECA ELIGE LA CALIDAD DE FRUEHAUF INCREMENTANDO SU FLOTA CON 32 TANQUES Y 16 DOLLIES

TRANSPORTES AZTECA, ES UNA EMPRESA ORGULLOSAMENTE MEXICANA, LA CUAL FUE FUNDADA EN 1991 CON SOLO 10 UNIDADES. A LO LARGO DE SUS MÁS DE 33 AÑOS, HAN CRECIDO SIGNIFICATIVAMENTE, HOY EN DÍA CUENTAN CON UNA FLOTA DE MÁS DE 200 TRACTOCAMIONES Y MÁS DE 400 REMOLQUES, CON BASES ESTRATÉGICAS EN LOS ESTADOS DE JALISCO, VERACRUZ, NUEVO LEÓN, DURANGO, NUEVO LAREDO Y TEXAS, OFRECIENDO SUS SERVICIOS DE TRANSPORTE.

Transportes Azteca se especializa en el transporte de líquidos esenciales para diversas industrias. Entre los productos que maneja se encuentran líquidos alimenticios como aceites vegetales, azúcares, jugos, lácteos, melaza y levadura, además de productos farmacéuticos y químicos industriales como alcoholes y compuestos clave. Cada carga exige equipos altamente seguros y confiables que garanticen la calidad y seguridad en todo momento, es por eso que este año eligió a Fruehauf, líder en la fabricación de semirremolques en el país, como su proveedor de equipo aliado.

Alonso González, Gerente Comercial de Unidades Especiales, comentó: “Es un honor que hayan confiado en nosotros y nos eligieran como su aliado estratégico en este importante paso para el crecimiento de su negocio nos llena

de orgullo y nos compromete a seguir ofreciendo soluciones personalizadas y de alta calidad. Le deseamos a Transportes Azteca y a todo su equipo que este sea el inicio de una relación comercial sólida y exitosa, impulsada por los resultados que sabemos que nuestros equipos entregarán”.

“El prestigio de Fruehauf como marca líder en el mercado, la excelente atención que nos brindó su equipo durante el proceso y que se



adaptaron a nuestro presupuesto fueron factores clave para concretar esta adquisición”, señaló el licenciado Santiago Pérez, Director General de Transportes Aztecas.

Esta es la primera vez que Transportes Azteca toma la decisión de confiar en la calidad y durabilidad de los equipos Fruehauf adquiriendo 32 tanques con capacidad de carga de 32,000 litros, suspensión neumática Hendrickson, dos ejes (uno retráctil) con ensamble de terminal de rueda HXL5, Frenos de Servicio Extendido Hendrickson HXS, gancho de arrastre Premier 2400, frenos ABS Wabco, descarga ecológica tipo Pemex y doble patín marca Holland. Al igual que 16 dollys con suspensión Ampro, ejes HXL5 + HXS, frenos ABS Bendix, quinta rueda FW35 Holland y tensor tipo matraca, ambas adquisiciones fueron fabricados bajo las normas vigentes mexicanas. **VL**

GUILLERMO ROSALES ZÁRATE, SIGUE AL VOLANTE DE LA AMDA COMO PRESIDENTE EJECUTIVO

CON UNA REPRESENTACIÓN SUPERIOR AL 77% DE LOS ASOCIADOS MEDIANTE PRESIDENTES DE ASOCIACIONES DE MARCA Y ESTATALES PRESENTES Y EN-LÍNEA DURANTE LA SESIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO HÍBRIDA DE ESTE 20 DE MARZO, RATIFICARON A GUILLERMO ROSALES ZÁRATE COMO PRESIDENTE EJECUTIVO DE LA AMDA PARA UN AÑO MÁS AL FRENTE DE LOS INTERESES Y RETOS DE LOS DISTRIBUIDORES.

En la LXXX Asamblea General Ordinaria de Asociados, el líder de los distribuidores agradeció a quienes lo han precedido, a la Junta de Gobierno, al Consejo Directivo, a los distribuidores y a los colaboradores AMDA por su compromiso y vocación de servicio.

“Seguiremos trabajando para honrar y continuar el legado de la AMDA por muchos años más”, dijo en alusión a los 80 años que cumple la Asociación este 2025.

Con este anuncio también ratificaron a todos los integrantes de la Junta de Gobierno para el periodo 2025-2026 con Javier Abella Zendejas, Samir Mansur Nuñez y Gil Sverdlin Florman como Distribuidores Asociados, Pedro Zorrilla Velasco como Consejero Independiente, Alejandro Rivera Bretón como Presidente del Comité de Camiones, Víctor Manuel Mena Meneses como presidente del Comité de Asociaciones Estatales, Juan Manuel Arriaga Albarrán como Tesorero, Rafael Lecumberri Sardina como Secretario y Alfonso Lebrija Guiot como Comisario Propietario.

Sobre los cambios de estatutos aprobados, el presidente ejecutivo de la AMDA explicó que resultado de un análisis al Gobierno Corporativo que inició en 2022



apoyados en un grupo de trabajo y asesorados por un experto en estos temas, se obtuvo las inquietudes de dueños de agencias y grupos de la distribución automotor en todo el país, además de la propia Junta de Gobierno, para modificar sus estatutos y hacer más eficiente la atención a los Asociados.

El principal de los cambios fue reducir el número de integrantes de la Asamblea de Asociados representada actualmente por más de mil distribuidores en lo individual, el cual ahora estará formado por 25 asociaciones de Marca, simplificando su operación y reconociendo a

la AMDA como una Asociación de Asociaciones.

Otro de los cambios relevantes es la creación del Comité de Auditoría, decisión que el Comisario Alfonso Lebrija Guiot calificó como una de las mejores y más modernas prácticas en una actualización al Gobierno Corporativo.

Asimismo se constituye el Comité de Estrategia, el cual será responsable de evaluar el entorno económico, político, social y el ambiente de negocios a fin de establecer las líneas de acción y temas relevantes de atención en la agenda de AMDA. **VL**

EN 2024, PACCAR MÉXICO SE CONSOLIDÓ COMO UNO DE LOS ACTORES MÁS RELEVANTES EN LA ATRACCIÓN DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA (IED) EN BAJA CALIFORNIA, CONTRIBUYENDO DE MANERA SIGNIFICATIVA A LOS 2,479 MILLONES DE DÓLARES QUE EL ESTADO CAPTÓ, COLOCÁNDOSE BAJA CALIFORNIA EN EL TERCER LUGAR A NIVEL NACIONAL. ESTE DESEMPEÑO RESALTA NO SOLO LA IMPORTANCIA DE LA EMPRESA EN EL ECOSISTEMA INDUSTRIAL DE LA REGIÓN, SINO TAMBIÉN EL CRECIENTE INTERÉS DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS POR INVERTIR EN MÉXICO.

PACCAR MÉXICO: IMPULSANDO EL DESARROLLO DE BAJA CALIFORNIA



La gobernadora de Baja California, Marina del Pilar, señaló que al cuarto trimestre de 2024, el 79% de la IED se concentró en diez entidades federativas, siendo Baja California una de las principales beneficiarias, detrás de la Ciudad de México y el Estado de México. Juntas, estas tres entidades representan el 53% del total nacional de inversión, evidenciando la relevancia de la región en el desarrollo económico del país.

En este contexto, PACCAR Méxi-

co anunció una inversión de más de 50 millones de dólares para la planta en Mexicali. Este proyecto subraya el compromiso de la compañía con la innovación e impulsa el crecimiento de la infraestructura local.

La inversión se destinó a áreas estratégicas, incluyendo una nave industrial para pruebas de diferentes tipos de unidades, que abarca motores diésel, de gas natural y eléctricos; la construcción de una extensión para incrementar la ca-

pacidad de recibo de materiales. Además, se construyó un segundo piso de oficinas que proporciona 200 nuevos espacios para empleados administrativos, beneficiando a los más de 3,500 colaboradores de PACCAR México en la región.

Esta inyección de capital no solo refuerza la posición de PACCAR México en el mercado, sino que también contribuye al desarrollo económico de Baja California, generando empleo y fortaleciendo la infraestructura industrial del estado. **VL**



UNIDOS HACEN FUERZA: FIRMAN CONVENIO ANDELLAC, ARRA Y LA CNT

Marco Hernández G.

Esta alianza facilitará el acceso a capacitación profesional y certificación en competencias laborales, además de la creación de nuevas oportunidades para los afiliados de las asociaciones.

Los directivos encargados de dar vida a este convenio han sido, Enrique Acosta por la ANDELLAC, Rudi Esquivel por la C.N.T) y Carlos Sánchez por la ARRA, quienes coincidieron en que este convenio, establecerá las bases sólidas para la colaboración mutua y el desarrollo del gremio.

Rudi Esquivel, presidente de la Confederación Nacional de Talleres (C.N.T), dijo que estarán creando una agenda en común las tres orga-

nizaciones y adelantó que su próximo evento Expo Mecánico Internacional en León van de la mano, donde Andellac tendrá un pabellón y en algunos de los eventos de Andellac y ARRA, la CNT estará apoyando con sus marcas.

Añadió que un punto fundamental es promover la profesionalización de los técnicos automotrices y de incentivar a los jóvenes estudiantes a incorporarse a este sector clave para la economía nacional.

Enrique Acosta, presidente de Andellac, afirmó que su organización se renueva, este año utilizarán el concepto de “unidos hacemos fuerza”, por lo que va de la mano con lo que están firmando en el convenio, ya que tiene una fuerza en el traba-

jo, muy importante que no se está aprovechando hasta donde quieren. “Nuestros eventos, hacemos nuestro Expo Congreso, ahora el siguiente será en el 2026 y lo que van a hacer es participar como Andellac en todos los eventos automotrices”.

Carlos Sánchez, presidente de la ARRA, comentó que la firma del convenio ha sido sencillo, porque el fin de las tres agrupaciones son la capacitación, la promoción y el bien común será para ir adelante.

De igual forma, la colaboración de las tres agrupaciones tiene como propósito crear una cultura de consumo de calidad en autopartes y llantas, garantizando la seguridad y el buen funcionamiento de los vehículos que circulan por las carreteras del país. **VL**

UN CONVENIO HISTÓRICO ES EL QUE HAN FIRMADO LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE LLANTAS Y PLANTAS RENOVADORAS (ANDELLAC), LA CONFEDERACIÓN NACIONAL DE TALLERES (C.N.T) Y LA ASOCIACIÓN DE RECTIFICADORES Y RECONSTRUCTORES AUTOMOTRICES (ARRA), CON EL OBJETIVO DE FORTALECER EL SECTOR DE LA REPARACIÓN VEHICULAR.



TOYOTA DE MÉXICO CERRÓ FEBRERO CONFORME A SUS EXPECTATIVAS DE VENTAS

AL CIERRE DE VENTAS DE FEBRERO, TOYOTA MÉXICO COMERCIALIZÓ 8,232 VEHÍCULOS, LO QUE REAFIRMA SU POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO AUTOMOTRIZ Y REFLEJA UN DESEMPEÑO CONSTANTE QUE SE TRADUCE EN UN MARKET SHARE ACUMULADO DEL 8.1% EN LOS PRIMEROS DOS MESES DEL AÑO.

“Los resultados de febrero reflejan el trabajo constante de nuestro equipo y la solidez de nuestra estrategia en México. Seguimos enfocados en ofrecer productos de alta calidad en el momento correcto y al precio correcto, además de fortalecer nuestro servicio postventa para garantizar una experiencia excepcional en cada punto de contacto. Estos logros nos motivan a seguir impulsando la movilidad con soluciones innovadoras y eficientes para nuestros clientes”, señaló

Guillermo Díaz, presidente de Toyota Motor Sales y Lexus de México, dijo que los resultados de febrero reflejan el trabajo constante del equipo y la solidez de su estrategia en México. “Seguimos enfocados en ofrecer productos de alta calidad en el momento correcto y al



precio correcto, además de fortalecer nuestro servicio postventa para garantizar una experiencia excepcional en cada punto de contacto. Estos logros nos motivan a seguir impulsando la movilidad con soluciones innovadoras y eficientes para nuestros clientes”.

En cuanto a la preferencia de los consumidores mexicanos, cinco vehículos destacaron al representar en conjunto el 60.55% de las ventas totales en febrero de 2025:

- Hilux con 1,532 unidades
- RAV4 con 1,269 unidades
- Avanza con 726 unidades
- Corolla con 780 unidades
- Highlander con 678 unidades

Como parte de la estrategia de electrificación de la compañía, que tiene como propósito generar felicidad para todos al reducir las emisiones de CO₂, más del 39% (3,231 unidades) de las ventas del mes corresponden a vehículos con tecnología híbrida eléctrica (HEV), lo que refuerza el compromiso de la compañía en fomentar una movilidad sustentable. **VL**

Un line up

ESPECTACULAR

Más allá de Euro 6



Camiones
Buses








vwcamionesybuses.com.mx



INTERNATIONAL



**TU FLOTA SIEMPRE EN MOVIMIENTO CON
LOS SERVICIOS INTEGRADOS DEL LT® S13®**
Consulta los paquetes disponibles.

Síguenos en nuestras redes:     

mexico.internationaltrucks.com