

# VÍA LIBRE

Enero - Febrero 2021 / Núm. 77

## Con Volvo 7900 Eléctrico arranca el proyecto de #CiudadCero



• Los líderes en pesados  
en el 2020

• Con cicatrices,  
pero en el camino

• Scania escucha  
al mercado



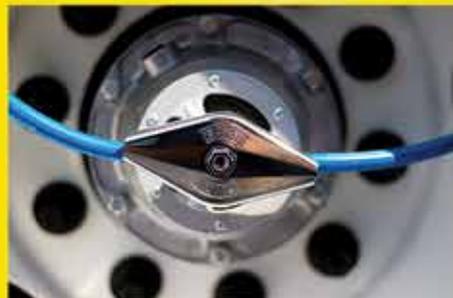
AUTOINFLADO ELECTRÓNICO DE LLANTAS  
PARA REMOLQUE

# AUTOINFLADO ELECTRÓNICO DE LLANTAS PARA REMOLQUE

## TUS ENTREGAS SIEMPRE A TIEMPO

- ❑ Evita el desgaste de las llantas con calibrado automático
- ❑ Ahorro en llantas desde un 20%
- ❑ Ahorro en Diésel desde un 5%
- ❑ Disminuye el riesgo de accidente por pinchadura
- ❑ Las pinchaduras no son un problema para cumplir con sus entregas
- ❑ Soporte técnico permanente y refacciones siempre disponibles

PIDE VIGIA INTEGRADO  
EN REMOLQUES

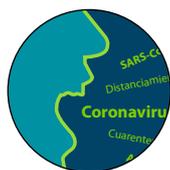


[www.mexicolven.com](http://www.mexicolven.com)

33 3659 3664 | 33 3657 1277 | 33 3657 3052

MEXI COLVEN

**LAS PALABRAS  
QUE APRENDIMOS  
EN EL 2020**  
**4**



**¡POR LA VÍA LIBRE  
DURANTE SIETE AÑOS...  
Y LOS QUE FALTAN!**  
**26**

**SEÑALES**  
**40**



## 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

### Consejo Editorial

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

### Diseño

**InDesign**

### Sistemas

Guadalupe Ramírez

### Distribución

José Francisco Ramírez Hernández

### Colaboradores

David Arriaga.

**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: 26340312.  
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 reprodución  
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](http://www.revvialibre.com.mx)

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

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

[https://www.instagram.com/vialibre\\_revista/](https://www.instagram.com/vialibre_revista/)

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

## ¡CUMPLIMOS 7 AÑOS, GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS POR ESTE CAMINO!

Muchas gracias por acompañarnos durante estos siete años, con la edición número 77 cumplimos un año más de estar por la autopista de la información. Los últimos 12 meses sin duda han sido los más complicados para la historia del autotransporte de carga y pasaje, nos ha tocado presenciar muchas historias y esperamos seguir por esta ruta.

Sin duda, tenemos que agradecer a nuestros lectores, seguidores, amigos y a nuestros patrocinadores que han apostado por nuestro proyecto para estar cada mes presentes. Nos ha tocado una nueva generación de empresarios del autotransporte que cada vez quieren estar mejor informados, con toda la tecnología a nuestra disposición, aunque es claro que estamos más expuestos, afortunadamente contamos con herramientas que nos hacen posible tener una comunicación en tiempo real.

Nuestro equipo editorial está listo para seguir llevando las historias de la industria del autotransporte de carga y pasaje, seguramente este año tendremos un sinnúmero de notas que escribir y compartir con nuestros queridos lectores, que por cierto son los mejores de la industria, siempre alentándonos y dando consejos sobre temas para escribir y eventos que cubrir.

Será un verdadero placer seguir encontrando a nuestros amigos, lectores y patrocinadores a los que, por su apoyo, solamente podemos decirles: ¡Muchas gracias!

Arrancamos el año con los resultados de 2020, un año en el que las ventas al menudeo no superaron las 30,000 unidades y puso en aprietos a toda la planta productora de nuestro país que desde hace varios años es una plataforma de abastecimiento para mercados internacionales. En 2020, Freightliner se consolidó como el líder indiscutible en ventas de vehículos pesados, seguido de Kenworth Mexicana.

El segmento de carga nuevamente fue el más importante para la industria, ya que los vehículos de pasaje sufrieron una baja en el mercado, debido a la disminución de movilidad de los habitantes del país.

Scania presentó y entregó a Mexibús L2, su autobús Scania K320 articulado con carrocería Busccar, equipado con un motor a Gas Natural Comprimido (GNC), Euro 6, que será el primer autobús con este tipo de combustible en un corredor del Estado de México BRT.

Como lo pueden ver, la industria de vehículos pesados sigue y seguirá moviendo a nuestro país, por lo que los seguimos invitando a unirse a nuestra comunidad, mediante nuestras redes sociales y por medio de nuestro boletín diario, así como con nuestra página de internet [www.revvialibre.com.mx](http://www.revvialibre.com.mx) **VL**



## PORTADA

Volvo 7900 Eléctrico,  
la máxima tecnología  
en la CDMX.

# Con Volvo 7900 Eléctrico arranca la propuesta de #CiudadCero en la CDMX

*Después de una serie de estudios y evaluaciones, por fin llega a la Ciudad de México el Volvo 7900 totalmente eléctrico, una de las soluciones más innovadora de transporte urbano sustentable del mundo.*

Marco Hernández G.

**D**esde hace unos días, circula en la Ciudad de México el primer autobús Volvo 7900 totalmente eléctrico, la Línea 4 ha sido la seleccionada para las pruebas que realizará por algunos meses esta unidad que es la punta de la lanza de la marca sueca para su proyecto #CiudadCero que inicia precisamente en la capital de nuestro país.

El Volvo 7900 Eléctrico cuenta con 12 metros de largo, en los que dispone de la tecnología innovadora que caracteriza a la marca. Al tratarse de un autobús eléctrico, su operación no genera emisiones de dióxido de carbono, óxidos de nitrógeno, material particulado, ni ningún otro gas contaminante ni de efecto invernadero. Con esto, Volvo contribuye al desarrollo de una ciudad más sustentable.

Lo importante de la prueba es que Volvo contempla desarrollar un autobús con base en la chasis 7900 Eléctrico y fabricar la unidad en su planta de Multi-

tlán, Estado de México. Roberto Capuano, director general de Metrobús, dio a conocer hace algunos meses que llegarán nueve unidades Volvo más a la Línea 4 de Metrobús para entonces sí tener resultados de una evalua-

ción y conocer el día a día de su operación.

La idea principal es que con base en la plataforma eléctrica del Volvo 7900 se desarrolle una carretera en nuestro país, y se ten-





ga una denominación para este desarrollo, tal como sucedió con el articulado Volvo 7300, que ha sido todo un éxito en el mercado mexicano y ya va en su tercera generación.

La apuesta de Volvo Buses México es tener alta tecnología que ha sido demostrada en varias ciudades de Europa, con el respaldo y colaboración de Volvo Buses a nivel mundial y ensamblada con mano de obra mexicana. El objetivo es lograr abastecer los 260 autobuses que se esperan para la Línea Cero de Metrobús y este es el primer paso.

Por lo pronto, el autobús Volvo 7900 Eléctrico ha comenzado pruebas en la Línea 4 del sistema Metrobús de Ciudad de México y su propulsión se entrega gracias a 330 kw y está configurado para carga nocturna. La unidad es de piso bajo en su totalidad, lo que facilita el acceso a los pasajeros y permite una operación más eficiente.

Cuenta también con acceso universal para personas con discapacidad, y en su interior dispone de espacio para silla de ruedas y perro guía, en el caso de personas invidentes. Con una visión integral, Volvo Buses es experto en la implementación de proyectos de electromovilidad urbana, con casos de éxito en un gran número de ciudades en el mundo.

La configuración del autobús Volvo 7900 Eléctrico que realizará pruebas en la ruta de Metrobús es producto de la amplia experiencia que la marca posee en este icónico sistema de transporte.

Volvo enmarca la puesta en marcha de su autobús eléctrico bajo el concepto #CiudadCero, con el que busca promover la transición hacia niveles de cero tráfico, cero accidentes, cero ruido y cero emisiones. [VL](#)



# Scania Busscar a gas natural para Mexibús Línea 2

*El primer autobús articulado a gas ya circula por las calles del Estado de México, se trata del Scania Busscar Urbanus Plus Euro 6 con motor a gas natural, el cual –de arranque– estará seis meses a prueba en la ruta Las Américas-La Quebrada, que circula por los municipios de Ecatepec, Coacalco, Tultitlán y Cuautitlán Izcalli.*



## **Marco Hernández G.**

**J**orge Navarro, director de People Transport Solutions de Scania México, dijo que después de realizar una serie de desarrollos optaron por esta combinación que ha logrado resultados positivos en Colombia y espera lograr los mismos en el Estado de México para convertirse en una solución ideal para la renovación de los autobuses de la Línea 2 de Mexibús.

Agregó que los planes son llevar este autobús a otros corredores de transporte BRT en el país, con el fin de que los concesionarios conozcan los beneficios de esta tecnología.

En tanto, Rafael Sánchez, representante de Transcomunicador, concesionario de la Línea 2 de Mexibús, explicó que esperan lograr resultados positivos en la prueba de seis meses, por lo que la unidad entró inmediatamente al rol que presta servicio en estos municipios del Estado de México.



“Estamos estudiando cómo renovar nuestra flota, nos llaman la atención unidades con matrices energéticas sustentables, sabemos que el futuro es la electricidad, pero antes de llegar a ella tendremos que dar varios pasos y el gas es una excelente alternativa”.

Añadió que actualmente la flota vehicular de la Línea 2 de Mexibús se compone de 75 unidades, todas Scania, con un promedio de 720,000 kilómetros recorridos. “El articulado Scania Busscar Urbanus

Plus es precisamente el número 75 y esperamos que sea una verdadera alternativa de renovación”.

Por su parte, Edwin Nossa, director comercial de Busscar México, explicó que la tecnología utilizada está comprobada, ya que actualmente circulan en Trasmilenio, en Colombia, más de 1,400 unidades con esta combinación. “Esperamos que otros vehículos lleguen y se puedan realizar una serie de pruebas en los sistemas BRT del país, estamos seguros de que superaremos las

expectativas de nuestros clientes”.

Elim Luviano, director del Sistema de Transporte Masivo y Teleférico del Estado de México, reconoció que Transcomunicador va un paso adelante y ahora, al apostar por un autobús a gas, ha volteado a ver el aspecto ambiental. “Mexibús Línea 2 es parte fundamental de la movilidad en el Estado de México y estamos seguros de esta clase de autobuses será de gran ayuda para seguir con la función que ofrecen en esta región”. **VL**





# Scania escucha al mercado y explora nuevos territorios

**Marco Hernández G.**

**P**ara el directivo, estos momentos son para analizar cómo lograr el mayor apoyo a sus clientes y cuidar el Costo Total de Operación de las empresas; si bien, el mercado tradicional de Scania como lo es el segmento de autobuses foráneos cayó de manera considerable durante el 2020, la marca sigue logrando cada vez más negocios en el mercado de camiones.

Y ha sido precisamente el segmento de tractocamiones el de mayor importancia para la firma durante el año anterior, cosa que no sucedía en los últimos 20 años en el mercado mexicano, donde el principal negocio para la marca ha sido el de autobuses foráneos.

“Estamos frente a un escenario volátil, incierto, ambiguo y complejo, por lo que tenemos que estar todos los días muy cerca de nuestros clientes para saber cuáles son las variables de los mercados, explorar oportunidades de negocio y tomar cartas en el asunto lo más rápido posible”.

En entrevista con Vía Libre, Alejandro Mondragón explicó que se tendrán que tomar decisiones firmes para tener efectos en el corto plazo, y una de las ventajas competitivas de Scania México es contar con el mejor servicio postventa del mercado mexicano.

Por lo anterior, la estrategia para el 2021 se enfoca en esa gran fortaleza, que parece que nadie más puede ofrecer en el mercado mexi-

*Alejandro Mondragón Cuevas, director general de Scania México, afirmó que para el 2021 la marca está con una estrategia muy clara, basada en lo que sabe hacer: estar cerca de los clientes, ofreciendo el mejor producto y el mejor soporte postventa, con el objetivo de tener los menores costos operacionales para sus socios de negocios.*

cano, ya que Scania –al contar con una red de distribuidores propia y talleres atendidos directamente por su corporativo– cuenta con ventajas que hacen más dinámica la atención que brinda a sus clientes.

“Afortunadamente somos una empresa sana, en gran medida nuestro esquema de negocios está bien estructurado y no dependemos solamente de la venta de vehículos, que sin duda es parte fundamental de la operación, sino que todo el servicio de mantenimiento que ofrecemos también es importante”.

Por ahora, Scania ha logrado apoyar a sus clientes en el segmento de movilidad y tiene negocios en camiones donde este año espera llegar a comercializar entre 500 y 600 unidades. En autobuses espera que poco a poco el sector vaya reaccionando, y que en autobuses urbanos maduren algunos proyectos.

“Algunas grandes empresas han apostado por Scania, así como una buena cantidad de compañías pequeñas y medianas, las cuales una vez que conocen el comportamiento de los camiones Scania han vuelto a comprar más vehículos”.

Agregó que las pruebas de los tractocamiones sirven para que los transportistas conozcan el confort, el rendimiento de combustible, la tecnología y la seguridad que ofrecen las unidades Scania, que han sido factores para ir sumando clientes. En vehículos a gas, su tractocamión R410 ha sido el más vendido por todas las ventajas competitivas que ofrece.

“Sin duda alguna, las tecnologías más amigables al medio ambiente serán fundamentales en los próximos años, por lo que en Scania estamos listos para ofrecer motores a diésel Euro 6, motores a gas con ese mismo nivel de emisiones, y más adelante vehículos eléctricos”.

Mondragón Cuevas dijo que cuentan con un balanceado portafolio de productos, por lo que seguirán ofreciendo al mercado la mayor tecnología disponible, complementados con acciones que los harán más competitivos, como la entrada en operación de su financiera propia, concluyó. **VL**



# Primera Plus, la mejor línea de autobuses en México 2020

*La línea de autobuses que brinda la mejor experiencia de viaje del 2020 en México es aquella que está priorizando la salud de sus pasajeros y colaboradores, que ha implementado medidas de protección y protocolos sanitarios. Todo, sin descuidar la calidad del servicio de transportación, completamente apegados a su oferta comercial y expectativas de acuerdo a su clase de servicio.*

## Guía del Viajero / Especial para Vía Libre

La elección de una línea de autobuses para viajar en estos tiempos de pandemia debe de obedecer primordialmente a las medidas higiénicas que tenga implementadas, las cuales son más eficaces si tiene sus propias terminales y las salidas son locales.

Lo segundo, es saber que se puede viajar en un asiento individual o al menos en una unidad con el menor número de asientos posible, ya que cada pasajero extra aumenta las posibilidades de contagio, es preferible pagar un poco más por viajar con menos compañeros. Debido a la



misma pandemia, diversas líneas de lujo estuvieron varias semanas fuera de servicio, lo que nos empujó a usar servicios de segunda clase.

Posteriormente, se valoran los servicios adicionales, las experiencias previas de viaje y la confianza que se le tenga a la línea en sí.

Como hemos comentado en los rankings anteriores, nuestro listado se realiza con base en las experiencias de viaje de pasajeros misteriosos, es decir personas comunes y corrientes que para realizar sus actividades tienen que viajar en autobuses; nuestro panel tiene desde trabajadores de la construcción hasta profesionistas, pero no incluye a trabajadores de empresas de transporte, ni aficionados, ni busólogos para evitar el sesgo.

Cada experiencia de viaje evalúa la oferta comercial contra lo recibido, se considera el precio por kilómetro recorrido, la experiencia de compra, salas de espera, proceso de abordaje, manejo de equipaje, puntualidad, viaje de acuerdo a la clase, directo, si es de primera o superior. Durante el viaje, se evalúa la comodidad en general, espacio para las piernas, sanitarios, pantallas, conexiones eléctricas y por supuesto el wifi.

La limpieza del autobús ha cobrado aún más relevancia, por lo que a los viajeros les pedimos lleven siempre toallitas desinfectantes por su propia seguridad, lo que nos ha dado una idea de qué tan limpio está el interior; limpiamos la pantalla, descansabrazos y cabecera del asiento.

Un detalle que aumenta la tranquilidad en el viaje es la información que Grupo Irizar dio a conocer hace unos meses, sus autobuses están siendo equipados con el sistema filtrado de

aire Eco3, el que ha demostrado en pruebas realizadas por el Área de Defensa Biológica del Departamento de Sistemas de defensa NBQ del Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial (INTA), dependiente del Ministerio de Defensa del Gobierno de España, donde demuestran una efectividad para eliminar el SARS-CoV-2 superior al 99,7%. Este sistema está ya instalado en muchas unidades Irizar i8, Irizar i6s e Irizar i5.

De forma adicional al dato anterior, existen empresas que están informando a sus pasajeros sobre los cambios que han realizado en sus sistemas de aire acondicionado para



garantizar un flujo continuo de aire nuevo y limpio durante el viaje.

Sin duda, el 2020 ha sido el año más complicado de la humanidad y ha pegado de forma directa al sector pasaje, pero en México las empresas de transporte han demostrado su fortaleza y continúan ofreciendo un excelente servicio a sus pasajeros, las mejores implementaron un sistema de cero contacto para protección de sus operadores, esto es, que el conductor no tiene contacto con los boletos, ya que se pueden escanear a la distancia por asistentes debidamente protegidas; esta actividad les valió

puntos extras en nuestra evaluación.

Otras de las medidas implementadas consisten en la desinfección de los autobuses antes de salir a carretera, tomar la temperatura en la frente antes de abordar, disponibilidad de gel antibacterial de calidad y la eliminación de la entrega de cortesías como el lunch box.

Entonces, considerando todo lo anterior, hacemos un listado de acuerdo a un número que resulta de comparar lo esperado contra lo recibido, cada línea compite contra ella misma, jamás contra otras, ya que el listado no es comparativo entre empresas, podemos decir que el orden en el listado es el valor de la relación calidad-precio. Hay que considerar que las empresas listadas no son las únicas que existen en México, solo colocamos en las que tuvimos oportunidad de viajar en el año al menos unas tres veces.

El uso de este listado es solo como referencia para el viajero y se limita a nuestra percepción del servicio.

A continuación mostramos el ranking de la mejor línea de autobuses de 2020 en México:

- 1.- Primera Plus**
- 2.- ADO Platino**
- 3.- Tufesa Platinum**
- 4.- Vallarta Plus**
- 5.- Península**
- 6.- Aguacaliente**
- 7.- Estrella de Oro Diamante**
- 8.- ETN**
- 9.- Turistar**
- 10.- Tufesa Titanium**

**Primera Plus** 



# Destinos Parhíkuni avanza con una nueva generación de conductores profesionales

*Hace unas semanas, Destinos Parhíkuni llevó a cabo la ceremonia de clausura de la Escuela de Conductores Profesionales XII Generación, en la cual estuvieron presentes tanto directivos, invitados especiales y personal de las diferentes áreas.*

**Miriam Ramírez**

**A**rcadio Antonio Méndez Hurtado, presidente del Consejo de Administración de Parhíkuni; Argelia Díaz Hernández, directora general de Destinos Parhíkuni; Rafael García Trejo, secretario general seccional del Sindicato de Trabajadores de las Líneas del Transporte de la República Mexicana, afiliadas a la CROC; y Juan Zapata Quintana, instructor teórico-práctico de esta XII Generación de Conductores Profesionales.

Arcadio Antonio Méndez Hurtado dirigió unas palabras a los egresados, donde hizo hincapié sobre la importancia y responsabilidad que se tiene al ser conductor profesional de esta empresa, y mencionar la problemática que se ha tenido en este año por motivos de la pandemia COVID-19.



En tanto, Argelia Díaz Hernández agradeció el apoyo que se ha tenido por parte del presidente del Consejo de Administración para seguir preparando y formando a conductores por parte de Destinos Parhíkuni, asimismo agradeció a todo el personal involucrado en este proceso de capacitación de conductores, y dio la bienvenida a los graduados para ser parte de la plantilla de personal de esta organización.

De igual forma, Rafael García Trejo dirigió su mensaje de agradecimiento a los directivos de esta empresa y la cooperación que se ha tenido con la parte sindical para concretar esta formación de conductores profesionales. Les recordó a los graduados el compromiso que se tiene no sólo con la empresa, sino con ellos mismos y sus familias para realmente ser un conductor profesional.

Juan Zapata Quintana agradeció a los directivos tanto el apoyo como la confianza para ser parte de este proyecto y poder concretarlo. Agradeció la disposición de cada uno de los integrantes de este nuevo grupo de conductores para aprender y ser parte de la familia Parhíkuni.

Enseguida, cada uno de los graduados pasó al frente a recoger su diploma que los acredita como Conductor Profesional de Destinos Parhíkuni, siendo los siguientes: Francisco Landa Adame, Víctor Hugo González Barrón, José Antonio Cortés Gómez, José Raymundo Ortega Walls, Juvenal Molina Uribe, Daniel López Tanaka.

Daniel López Tanaka tomó la palabra para agradecer la confianza depositada en cada uno de los graduados, tanto por parte de sus familiares como de los directivos de esta empresa para primero ser uno de los alumnos de esta XII Generación, como ahora que ya son parte del personal de Destinos Parhíkuni.

Asimismo, se hizo entrega de reconocimiento al personal de la empresa que cumplió 20, 15, 10 y 5 años de antigüedad. **VL**



# José Luiz Moraes Goes en su misión más importante: Marcopolo México



## Desde hace unas semanas, José Luiz Moraes Goes es el nuevo director general de Marcopolo México, quien afirmó que después de un año complicado como el 2020, la marca se prepara para los nuevos retos que implicará la reactivación del sector de la movilidad en México.

### Marco Hernández G.

**E**l directivo conoce perfectamente el mercado mexicano al participar en varios desarrollos de la marca para nuestro país, como el Marcopolo Boxer, Multego y los G7 Plus que actualmente se comercializan. Por ello, sabe que se enfrenta al mayor reto profesional de su carrera y es volver a colocar a la marca como uno de los líderes del sector.

En entrevista con Vía Libre, Moraes Goes reconoció que las ventas en autobuses de larga distancia disminuyeron como ningún año en nuestro país, aunque las ventas y entregas para el transporte urbano y de personal se volvieron fundamentales para sacar a flote las operaciones de la firma en nuestro país.

“Es hora de prepararnos para la reactivación. Marcopolo México es una empresa bien estructurada, con equipos muy competitivos en la producción de la planta, en las áreas de venta, postventa e ingeniería, estamos seguros de que ahora más que nunca es necesario trabajar en equipo para salir todos adelante”.

Explicó que la pandemia del COVID-19 prácticamente paralizó las operaciones de los autobuses de larga distancia, así como de turismo, por lo que las firmas detuvieron las compras de autobuses de este tipo. “Esperamos que poco a poco las actividades se vayan retomando para empezar con un plan de reactivación, donde sin duda estaremos para apoyar a nuestros clientes mexicanos”.

Agregó que sabe perfectamente

todos los retos que implica el mercado mexicano, y confió nuevamente en que se saldrá adelante. “México es uno de los países más importantes para las operaciones de Marcopolo en el mundo y me tocará encabezar todos los trabajos de la empresa para volver a retomar los números que se tenían antes de la pandemia; es, sin duda, el mayor reto de mi carrera profesional por lo que representan las operaciones de Marcopolo en México y por la situación actual”, aseguró.

### Marcopolo México: ¡Eléctrico a la vista!

Con un portafolio renovado y completo, Marcopolo México enfrenta un periodo de transición en el segmento de movilidad en nuestro país, para 2021 espera recuperar parte del mercado con su línea de productos e incluso incrementarla con un autobús eléctrico.

José Luiz Moraes Goes adelantó que estudian la posibilidad de contar con un autobús de este tipo en nuestro país, aunque aclaró que no se precipitarán en su lanzamiento, ya que actualmente un vehículo desarrollado junto con la china BYD está en fase de pruebas y evaluaciones en Brasil y en Colombia, la misma configuración ha ganado los primeros pedidos en Colombia, otra las opciones sería con la también china Yutong, ambas compañías ya con operaciones en México.

La fecha tentativa para tener listo el autobús eléctrico podría ser para finales de este año, cuando se tomaría la decisión sobre este tema. “México

es un país muy importante para Marcopolo y estamos seguros de que podemos ofrecer una buena alternativa para el mercado mexicano”.

### Innovar para lograr mejores resultados

Con un español casi perfecto, el directivo explicó que ha visitado una serie de clientes tanto grandes flotilleros, como pequeñas y medianas empresas en México, con el fin de conocer sus necesidades de viva voz. “Tenemos que estar presentes con nuestros socios de negocios, tienen que estar seguros de que los vamos a apoyar en todo momento”.

De igual forma, se ha reunido de manera virtual y personal con los directivos de las fabricantes de tren motriz con los que trabaja en México como: DINA, MAN, Mercedes-Benz, Scania, y Volvo, con los cuales seguirá trabajando para lograr soluciones en conjunto.

“El reto es entregar un producto muy bien especificado, de acuerdo a las necesidades de los clientes, con la calidad Marcopolo que agregue valor a las operaciones de nuestros socios de negocios”.

De igual forma, explicó que espera lograr algunas exportaciones a Latinoamérica. “Estaremos muy activos buscando alternativas para mantener trabajando nuestro planta”, concluyó. **VL**



# Abre sus puertas el primer taller infantil de servicio Freightliner en KidZania

**E**n este nuevo espacio de Freightliner, los niños tienen la oportunidad de descubrir cómo funciona un taller mecánico para camiones y tractocamiones, así como conocer sus componentes y refacciones de la mano de Alliance Parts y Value Parts, que incluyen desde compresores, faros y amortiguadores hasta réplicas de motores. De esta forma, podrán comprender la importancia de que las unidades se encuentren en óptimas condiciones para garantizar la seguridad de las personas, y así obtener su certificado como ingenieros mecánicos.

Además, podrán descubrir el valor y la relevancia que tienen los operadores de camiones para trasladar todos los bienes y servicios en su misión de mantener al mundo en movimiento, pues esta profesión, además de divertida, es de gran impacto para el funcionamiento de la sociedad y podría convertirse en

algo aspiracional para ellos.

“La industria de transporte de carga es muy importante para México, y nosotros queremos que los niños también conozcan más sobre ella, que sepan de su relevancia y que la gran parte de las cosas que tienen, por ejemplo, alimentos, medicinas, tecnología, llega a ellos gracias a empresas transportistas y relacionados a la industria, como Freightliner, que mantiene al mundo en movimiento”, mencionó Flavio Rivera, presidente y director general en Daimler Vehículos Comerciales de México.

Esta sección ya está abierta al público a partir del pasado mes de diciembre y podrán visitarla siguiendo todas las medidas de seguridad. El establecimiento Freightliner en KidZania se encuentra en Avenida San Fernando 649, colonia Peña Pobre, alcaldía Tlalpan, Ciudad de México, C.P. 14060. [VL](#)



*Daimler Trucks México inauguró un taller de servicio Freightliner como nuevo establecimiento en KidZania Cuicuilco. KidZania es una ciudad interactiva para niños de 2 a 16 años que mezcla inspiración, diversión y aprendizaje a través de actividades de juego de rol, en el que los niños pueden explorar libremente una ciudad a escala y experimentar más de 100 emocionantes profesiones.*



# Daimler

## traza el futuro de la movilidad en México

*Nuevamente, las áreas de negocios de Daimler se reunieron en su Encuentro Nacional 2021, para trazar el futuro de la industria en nuestro país, presentando los logros alcanzados en los últimos 12 meses; probablemente uno de los años más retadores que la compañía ha tenido que enfrentar, siempre en favor de la industria que se encarga de cubrir necesidades esenciales como el transporte de mercancías y de personas hacia sus destinos.*

**DAIMLER**

Las diferentes áreas del negocio intercambiaron ideas, presentaron estrategias y trazaron la ruta del negocio para 2021, todo esto, junto con su red de concesionarios, quienes fueron reconocidos por los logros alcanzados durante el año anterior.

Sin duda 2021 se perfila como un año para la expansión de los modelos logísticos, lo cual impulsará una mayor interacción entre los centros de producción, distribución y consumo. Asimismo, si la infraestructura del autotransporte en México se encamina a la incorporación de nuevas tecnologías, entonces podrán integrarse productos con mayor nivel de innovación en el mercado.

Flavio Rivera, presidente y director general de Daimler Vehículos Comerciales México, reiteró que el propósito de la compañía de “mantener a México y el mundo, en movimiento” tomó más fuerza en el contexto del 2020, ya que la industria del transporte de carga fue catalogada como esencial.

“La labor que han realizado los transportistas para asegurar la llegada de medicinas, alimentos, agua



e insumos básicos para la vida, ha sido fundamental”, afirmó. Además, al tercer trimestre de 2020 todo el autotransporte de carga en México, lo que incluye aquellos que mueven sus propios productos, más los servicios de mensajería y paquetería, representó el 4.9% del PIB.

En este entorno, el autotransporte en México es clave para el consumo interno y las exportaciones de manufacturas, ya que el 77% de las exportaciones se realizaron por camión. Gracias a ello y a la agilidad de la compañía, a pesar de la pandemia y la caída del mercado, Daimler Trucks México fue la única marca



de semana, pues estar para los que mantienen al mundo en movimiento es nuestro propósito”, compartió Alexandre Nogueira, CEO de Daimler Buses México.

En tanto, Mercedes-Benz Vanes México enfrentó un entorno más complejo. Un ejemplo claro de las industrias que se vieron afectadas a causa de la pandemia, es la caída total del turismo, el segmento más importante de Sprinter. Sin embargo, esto representó una gran oportunidad de adaptación mediante la digitalización: el uso de medios, pá-

red permanece completa e incluso creció, ni un solo distribuidor tuvo que cerrar sus operaciones. Trabajamos muy fuerte en equipo, nosotros como planta con la red y nuestra financiera, Daimler Financial Services, para apoyar a nuestros distribuidores y clientes en ventas y postventa en todo el país”.

El área de postventa, que representa una de las principales fuentes de ingresos en la operación de la red de distribuidores, se vio afectada en un menor porcentaje provocando una caída solo del 20%.

Daimler Financial Services México (DFS México) sintió los estragos de la situación financiera de los clientes; los segmentos más afectados fueron los de transporte de personas, es decir autobuses y vanes, lo cual llevó los indicadores de cartera vencida al punto más alto de toda la división a nivel global. Ante ello, Gerhard Gross, presidente y director general de DFS México, comentó que estarán apoyando con opciones atractivas de financiamiento para vender más unidades en 2021 y mejorar la posición de mercado de sus Brand Partners.

que creció su volumen de ventas, para seguir como líder en el mercado mexicano con un market share del 36.3% en Clase 6 a 8 y se posicionó como el número uno en ventas de Clase 8, que representa el 81% del mercado.

Se avecina una estrategia corporativa a largo plazo, de 2021 a 2025, con la flexibilidad necesaria para adaptarse a múltiples escenarios de mercado y donde la innovación jugará un papel clave que se extenderá a todo el portafolio de producto para ofrecer nuevos esquemas de conectividad, seguridad y operación.

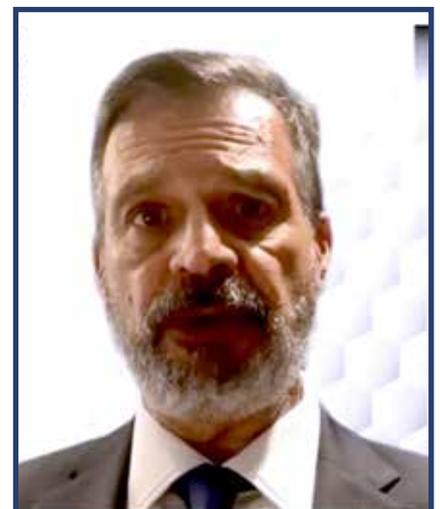
En cuanto al mercado de autobuses en México, a pesar de que éste cerró con una caída de 55%, Mercedes-Benz Autobuses logró estar en la preferencia de sus clientes, con un 45% de market share, lo que los coloca por 23 años consecutivos como líderes en el mercado de autobuses en el país.

“Claro que nos llenan de orgullo estos números, pero también nos comprometemos a hacer las cosas cada día mejor, a no detenernos, a atender cada llamada, cada chat, cada mail de nuestros clientes, incluso en fines



gina web, redes sociales y Marketing Cloud para brindar una mejor experiencia a sus clientes.

“Consideramos esta situación de cambio como una oportunidad para realizar nuevos negocios”, afirmó Ralf Rothermel, CEO de la división Mercedes-Benz Vanes México. “Gracias al aumento del e-commerce, en el segmento de Cargo Van y Chasis-cabina de Sprinter, logramos un crecimiento promedio de dos dígitos comparado con 2019. El mensaje positivo es que toda nuestra



# Los mejores distribuidores son...

*Durante el Encuentro Nacional Daimler se reconoció a los mejores distribuidores que a lo largo del año destacaron por su compromiso al obtener los mejores resultados.*

*A continuación la lista de los ganadores:*

## **Máxima categoría para Freightliner y Mercedes-Benz Autobuses, "el mejor distribuidor del año":**

- Mejor distribuidor de DVCM Tipo A - Zapata Camiones Guadalajara - Periférico
- Mejor distribuidor Tipo B - Gruver Córdoba
- Mejor distribuidor Tipo C/D - Catrami Zamora

### **Freightliner**

- Mejor distribuidor en Ventas Freightliner – Catrami Morelia
- Mejor distribuidor de Postventa Freightliner - Difrenosa Monterrey

### **Mercedes-Benz Autobuses**

- Mejor distribuidor Ventas Mercedes-Benz Autobuses - Camiones Vence
- Mejor distribuidor Postventa Mercedes-Benz Autobuses – Jiménez Autocamiones

### **Daimler Financial Services**

- Mejor distribuidor tipo C con más alta penetración - Catrami Zamora
- Mejor distribuidor Tipo B con mayor penetración - Camiones Vence
- Mejor distribuidor en penetración Tipo A – Zapata Camiones Guadalajara

### **Mercedes-Benz Vanes**

- Mejor distribuidor Postventa Mercedes-Benz Vanes - Camiones Especiales
- Mejor distribuidor de Ventas Mercedes-Benz Vanes - Zapata Camiones Tlalnepantla
- Mejor distribuidor Small Van - Camiones y Tractocamiones de Sonora (Cytson), Ciudad Obregón
- Mejor distribuidor Medium Van - Automóviles y Camiones Rivera Puebla
- Mejor distribuidor Large Van - Eurostern Guadalajara **VL**

**DAIMLER**



**MEJOR DISTRIBUIDOR DE DVCM TIPO A - ZAPATA CAMIONES GUADALAJARA – PERIFÉRICO.**



**MEJOR DISTRIBUIDOR EN VENTAS FREIGHTLINER – CATRAMI MORELIA.**



**MEJOR DISTRIBUIDOR VENTAS MERCEDES-BENZ AUTOBUSES - CAMIONES VENCE**



**MEJOR DISTRIBUIDOR DE POSTVENTA FREIGHTLINER - DIFRENOSA MONTERREY.**

# Daimler Trucks: ágil, rápido y con soluciones precisas

*El líder indiscutible en la venta de unidades pesadas, Daimler Trucks está listo para seguir consolidando su posición, por lo pronto –desde hace unos meses– la firma cuenta con dos refuerzos en su alineación directiva, se trata de San Carballo como director de Postventa y Jesús Gómez en la dirección de Desarrollo de Mercado y Portafolio de Productos.*

## Marco Hernández G.

**A**mbos directivos están arropados por Flavio Rivera, presidente y director general de Daimler Vehículos Comerciales (DVCM) y Claudio de la Peña, director de Ventas y Mercadotecnia de Daimler Trucks México, quienes saben que es el momento ideal para que todos sus colaboradores aporten su pasión a este sector.

“Tanto San Carballo como Jesús Gómez son unos apasionados de la industria, tienen talento y experiencia que estamos seguros se traducirá en soluciones para apoyar a nuestros clientes en esta época tan complicada, donde necesitamos ser más ágiles, rápidos y con soluciones precisas”.

Claudio de la Peña explicó que tienen que estar muy atentos a la recuperación de cada uno de los segmentos, así como de las diferentes zonas del país que pueden reactivarse dependiendo del semáforo epidemiológico, para tener de esta manera una mejor planeación.

Por su parte, Jesús Gómez afirmó que se tiene que reforzar la propuesta tecnológica y comercial de la mar-



FLAVIO RIVERA.



CLAUDIO DE LA PEÑA.



JESÚS GÓMEZ.



SAN CARBALLO.

ca, por lo que se tendrán algunos lanzamientos de productos a lo largo del año que, sin duda, complementarán su oferta de soluciones.

En tanto, San Carballo señaló seguirán trabajando para superar las expectativas de sus clientes, con base en sus tres prioridades: la calidad del producto, la disponibilidad

de partes y un precio competitivo.

Los directivos coincidieron en que, de cara a los próximos meses, están listos para seguir ofreciendo la mejor alternativa para los autotransportistas mexicanos. **VL**

**DAIMLER**

# Las palabras que aprendimos en el 2020



SARS-CoV-2 Desconfinamiento  
Distanciamiento social Confinar Intubar  
**Coronavirus** Tapabocas **Resiliente**  
Cuarentena Sanitizar Asintomático  
Aplanar la curva Contención

*Los términos que aprendimos en el 2020 han sido estos, en plena pandemia los expertos lingüísticos nos dieron nuevos términos que seguramente quedarán acuñados por varios años.*

## Redacción Vía Libre

**A**diversarios.- Los oponentes al gobierno encabezado por Andrés López Obrador, que se autodenominó para encabezar la que a su juicio será la "Cuarta Transformación de México".

**Aplanar la curva.-** Los epidemiólogos le llaman "aplanar la curva" a la idea de ralentizar la propagación de un virus para que menos personas necesiten buscar tratamiento al mismo tiempo. El propósito es que esa curva de nuevas infecciones sea lo menos pronunciada posible. Para hacerlo, se toman medidas como disminuir el contacto entre personas.

**Asintomático.-** La persona que está infectada con el nuevo coronavirus, pero no tiene ninguno de los síntomas de COVID-19. Algunos usan este concepto para referirse también a las personas que tienen síntomas muy leves.

**Confinar.-** Obligar a alguien a permanecer aislado dentro de unos límites.

**Contención.-** Contener el virus significa cerrarle el paso para que no se propague tanto. Usualmente esto se hace al principio de la epidemia y consiste en identificar y aislar los casos confirmados, así como rastrear y poner en cuarentena a todas las personas con las que pueden haber interactuado.

**Coronavirus.-** Es el nombre dado a la enfermedad causada por el nuevo coronavirus que surgió en China en diciembre de 2019.

**Cuando esto acabe.-** Ese esto podía significar cualquier cosa en tiempos prepandémicos. Ahora, significa pandemia, cuarentena, confinamiento, época en la que no nos podemos tocar.

**Cuarentena.-** Separar a una persona o grupo de personas que se sabe o se cree que han estado expuestos a una enfermedad contagiosa pero aún no sintomáticas de otras que no han estado tan expuestas, para prevenir la posible propagación de la enfermedad. (Comparar con aislamiento).

**Desconfinamiento.-** Levantar las medidas de confinamiento impuestas a una población, o a parte de ella, en un territorio u otro lugar.

**Detente enemigo.-** En una de las conferencias mañaneras del

presidente Andrés Manuel López Obrador, enseñó su kit contra el COVID-19, que era básicamente la imagen del Sagrado Corazón de Jesús, este después arrancó su venta en varios lugares como el Mercado de Sonora, al kit se agregaron una botellita de aceite y una imagen del presidente de México. “Detente, enemigo, que el corazón de Jesús está conmigo”.

**Distanciamiento social.-** Medidas tomadas para evitar la propagación de la enfermedad al permanecer fuera de lugares públicos abarrotados, evitar reuniones masivas y mantener una distancia de al menos seis pies o dos metros de otros cuando sea posible.

**Intubar.-** Introducir un tubo en un conducto del organismo, especialmente en la tráquea para permitir la entrada de aire en los pulmones.

**Neoliberales.-** En palabras de Andrés Manuel López Obrador, los neoliberales son los causantes de frenar el crecimiento económico, del aumento de la pobreza y la corrupción. Incluso ha comparado las tres décadas que ha estado vigente este modelo económico y social –desde mediados de 1980 a la fecha – con los tres siglos de saqueo de colonial de la corona española.

**No es mi fuerte la venganza.-** Ante todo, la paz. Desde que arrancó su mandato, Andrés Manuel López Obrador ha defendido que no realizará una caza de brujas contra expresidentes o altos funcionarios por presuntos casos de corrupción, y dijo que prefiere hacer borrón y cuenta nueva.

**Resiliente.-** La capacidad de afrontar la adversidad. Desde la Neuro-

ciencia se considera que las personas más resilientes tienen mayor equilibrio emocional frente a las situaciones de estrés, soportando mejor la presión. Podría decirse que la resiliencia es la entereza más allá de la resistencia.

**Sanitizar.-** Significa “desinfectar, esterilizar, censurar, sanear, limpiar”.

**SARS-CoV-2.-** El nombre científico del coronavirus específico que causa la COVID-19. SARS-CoV-2 significa “coronavirus 2 del síndrome respiratorio agudo severo”. Este nombre fue elegido porque el virus está genéticamente relacionado con el coronavirus responsable del brote de SARS de 2003; es importante comprender que, si bien están relacionados, los dos virus son diferentes, y el SARS y la COVID-19 son enfermedades diferentes.

**Tapabocas.-** Es una mascarilla para proteger de agentes patógenos o tóxicos

**Yo tengo otra información.-** La frase favorita del presidente cuando la prensa espeta datos o información contraria a su Gobierno. Con total confianza se le ha visto poner en duda a calificadoras financieras como Moody's, Fitch Ratings o incluso al prestigioso diario estadounidense The New York Times.

**Webinar.-** Es un contenido formativo en formato video que se imparte a través de internet. La primera emisión es en directo, pero lógicamente puede grabarse y volverse a emitir posteriormente.

**Zoom.-** O tener una reunión por “Zoom” con amigos, es al fin y al cabo acercar y eso es lo que permite esta nueva herramienta tecnológica. **VL**

# REDPACK adquiere 30 Delivery 4.160 de Volkswagen

*La marca Volkswagen Camiones y Buses en México, realizó la entrega de 30 Delivery's 4.160 a la firma de paquetería y mensajería REDPACK, recientemente adquirida por la compañía mexicana Grupo Traxión, contando con más de 150 puntos de venta.*



**REDPACK.**

**S**e trata del Delivery 4.160, equipado con Motor Cummins ISF de 2.8l con tecnología Euro V, sistema de emisiones SCR (requiere de urea), 4 cilindros, potencia de 154 hp, transmisión manual de 6 velocidades, suspensión delantera independiente, sistema de frenos ABS + EBD, su carga útil más carrocería es de 2,385 kg.

Estas unidades fueron carrozadas con caja seca y estarán operando a lo largo de la República Mexicana, son parte

del crecimiento de flota que está teniendo este grupo empresarial.

Giovanni Juárez, director comercial de MAN Truck & Bus México, agradeció la confianza de REDPACK al incorporar a su negocio su producto, "un producto de gran calidad que le dará a todos sus operadores el confort y la seguridad que necesitan. El diseño moderno de su cabina es incomparable con otras marcas, ya que es espaciosa y pueden hasta viajar tres personas en su interior, además

de contar con un tablero multi funcional que le permitirá al operador usarlo conforme a sus necesidades", afirmó el director ejecutivo.

Por su parte, Jorge Wong, director general y Carlos Padilla, director de operaciones de REDPACK, expresaron que la calidad del Delivery 4.160 fue lo que realmente los motivó a inclinarse por la marca Volkswagen Camiones y Buses, por lo que están seguros de que esta relación comercial será a largo plazo. **VL**

# Estafeta rompe récord de envíos en diciembre de 2020

*Con un promedio de 300 mil entregas por día, Estafeta rompió su récord histórico de envíos en un sólo mes durante diciembre de 2020, 60% de esa operación provino del comercio electrónico.*

**estafeta**



Las ventas en línea continuaron como protagonistas de la actividad logística durante el cierre del año, con un impulso adicional por el regreso al semáforo rojo en Ciudad de México y Zona Metropolitana, el mayor número de envíos se concentró en el centro del país.

El crecimiento de la capacidad operativa que Estafeta realizó durante el año, con una inversión récord de 830 millones de pesos, fue el soporte para la demanda de servicio más alta en la historia de la empresa, adicionalmente se dio continuidad estricta a las medidas de prevención de contagios con revisiones médicas constantes a todo el personal y sanitización de espacios, se mantuvo la sana distancia en los centros operativos y se asignó la misma unidad a los conductores cada día, así como el uso de cubre bocas y gel anti bac-

terial para proteger también a sus clientes. Estafeta considera que el seguir con los cuidados a la salud de sus colaboradores es lo primordial para cumplir sus metas.

La tendencia de crecimiento que el comercio electrónico presentó, impulsado por la pandemia de COVID 19, va a continuar durante 2021, aunque existen retos importantes para ello como:

- La desaceleración económica en diversos sectores
- Restricciones a la movilidad del transporte de carga
- La exigencia creciente por parte de los consumidores por entregas exprés y día siguiente en combinación con nuevos hábitos de compra y de trabajo

La firma de mensajería y paquetería se prepara para ello con la reingeniería reciente a su infraestructura, opera en una nueva normalidad de comunicación en línea, trabajo a distancia y cuidados sanitarios, todo ello no se irá. “El aprendizaje y el trabajo han sido intensos, este último mes del 2020 fue una prueba de que está en el camino correcto pues rompió récord con un buen nivel de servicio”, comentó Jesús García Ibarra, director Nacional de Operaciones de Estafeta.

“El compromiso de nuestros colaboradores fue fundamental, sobre todo en los días de mayor volumen de envíos: 16, 21 y 28 de diciembre. Una vez más, nuestra gente demostró su compromiso trabajando sin parar para realizar entregas a tiempo en fechas importantes para todos”, concluyó. **VL**

# En México sí hay transporte de cadena de frío para transportar vacunas: Utility Trailers

*En México, Utility Trailers es la única empresa de remolques que fabrica cajas de carga refrigerada para el transporte de vacunas para el COVID-19 que requieren cadena de frío de -70° C o ultracongelación, comentó Gabriel García, presidente de Consejo y Director General de Grupo GET, grupo que distribuye en México la marca Utility Trailers, proveedora del sector de autotransporte terrestre que suministra productos, refacciones y servicios.*

**Y**es que la disponibilidad de vacunas para el COVID-19 es ya una realidad que ha dado al mundo una esperanza, sin embargo, el gran reto a enfrentar es el transporte y almacenamiento de una de ellas que requiere ser manejada a través de una red fría con capacidad de -70° C.

“Se llegó a decir que la vacuna no llegaría a México por la falta de capacidad de transporte de cadena de frío, sin embargo, nosotros contamos con cajas que cumplen con las normas mexicanas para el transporte de carga refrigerada que necesita el cliente y, en este caso, el país”, comentó el directivo.

Incluso, una de sus plantas se ubica en México, en Piedras Negras Coahuila, donde se fabrican cajas refrigeradas especializadas en la tecnología de estos equipos. Sus otras plantas se encuentran en Utah y Virginia, en Estados Unidos.



“Contamos con el equipo necesario para transportar la vacuna en las mejores condiciones posibles, somos expertos en cadena de frío y estamos dispuestos a poder entablar una conversación con empresas y gobierno, para presentarle nuestro producto que puede ser de gran ayuda en estos momentos críticos donde se requieren respuestas rápidas y eficientes”, enfatizó García Díaz.

Dentro de las tres plantas con que cuenta, se fabrican la mayor parte de las unidades refrigeradas con las especificaciones para operar en diversos países, lo que sin duda alguna contribuirá a dar solución a los retos logísticos tanto para hacer mantener en perfectas condiciones la vacuna, como para hacerla llegar a todas las regiones del país.

La característica de estas cajas es que cuentan con un insulado especial de mayor grosor que el de las cajas comunes que se comercializan para

alimentos comúnmente. El insulado que es expansivo y adhesivo inyectado en un solo disparo 360° que evita la formación de burbujas de aire que crean áreas de calor provocando la pérdida de frío en el interior de la unidad.

Con más de 27 años en el mercado mexicano comercializando semirremolques y refacciones de la más alta calidad ideales para cada tipo de carga, Utility está lista para apoyar a empresas y gobierno con un producto de alta tecnología que permitirá llevar en tiempo y forma, la tan ansiada vacuna para reducir el índice de contagios de COVID-19 en el país. **VL**



# Tiempo de cambios en Canapat, Lucio Rodríguez es su nuevo presidente

*Hace unas semanas se llevó a cabo la XXXI Asamblea General Ordinaria de la Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (Canapat), donde se realizó el cambio de su mesa directiva. José Lucio Rodríguez es ahora el nuevo líder de los autotransportistas de pasaje, en sustitución de Aurelio Pérez quien cumplió su periodo.*



José Lucio Rodríguez González desempeñará su función para el período 2021-2024, en sucesión de Aurelio Pérez Alonso, quien concluyó exitosamente su administración y agradeció durante la asamblea a las autoridades y a todos los organismos industriales, sociales y de la comunicación por su apoyo durante su mandato.

En su participación en la XXXI Asamblea General Ordinaria, Rodríguez González hizo un reconocimiento a la gestión del presidente saliente, de quien destacó su compromiso con la industria del autotransporte de pasaje y turismo y su liderazgo en un período de cambios importantes a lo largo de su encomienda.

Esta organización pasa por uno de los periodos más difíciles de su historia, al bajar de manera importante la movilidad de las personas de ciudad a ciudad, por lo que el principal reto para Lucio Rodríguez será buscar estrategias

junto con el gobierno mexicano para reactivar la industria y las líneas de autobuses sigan siendo parte fundamental de la movilidad del país.

Como se recordará, Aurelio Pérez llegó a la presidencia de la Canapat en abril de 2018 y cumplió con su ciclo al frente de la organización que agrupa a las empresas más importantes de pasaje y turismo del país.

El consejero vitalicio, Agustín Irurita, tomó la protesta de la nueva directiva invitándolos a sumarse a la defensa de los valores y principios de la Canapat para forjar una mejor sociedad y un país sobresaliente.

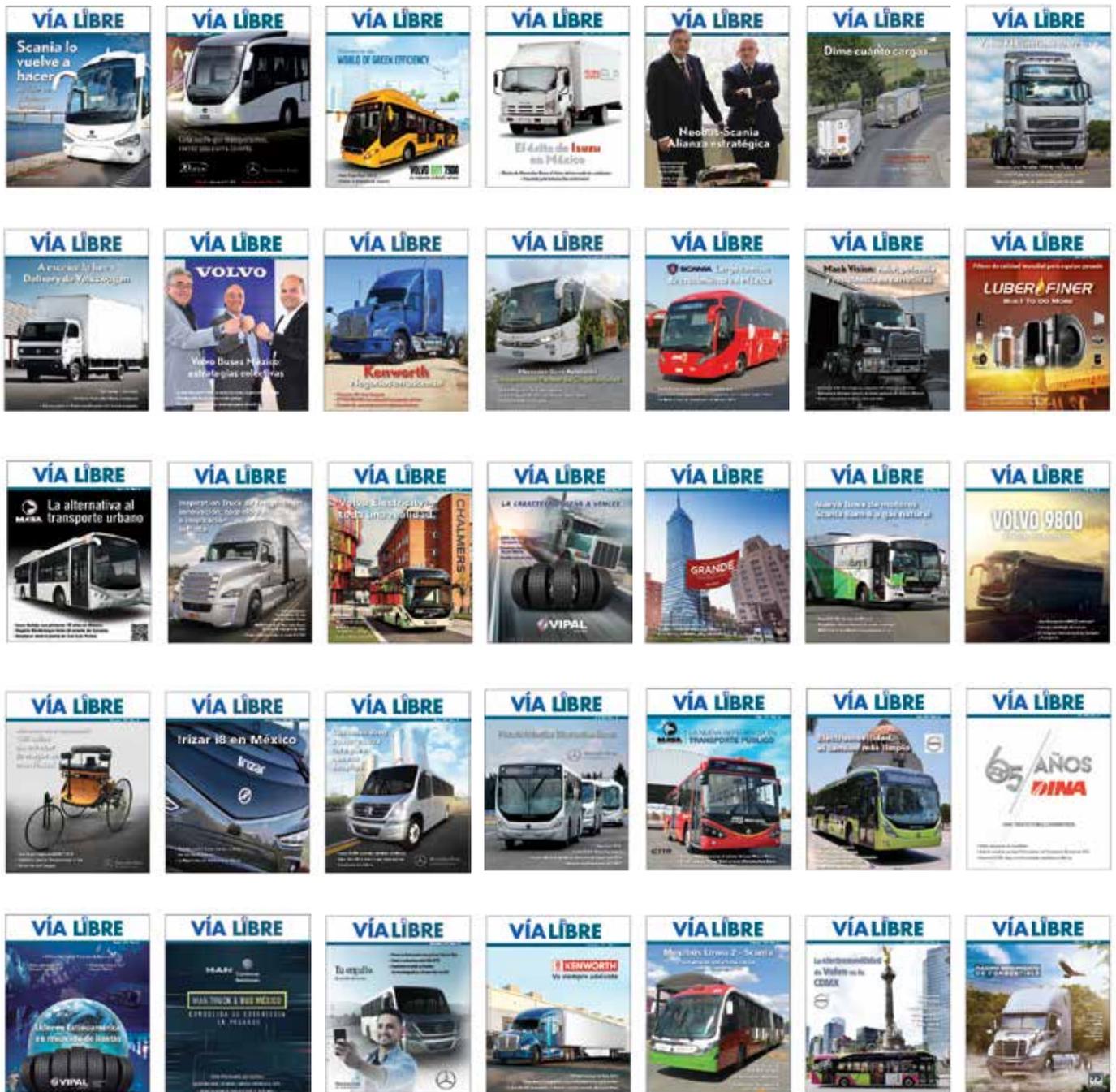
José Lucio Rodríguez estará acompañado en su directiva por Luis Antonio Saldívar como vicepresidente de la Secretaría; Francisco Daniel Rodríguez en Finanzas; y Aldo Alarcón en la Contraloría. **VL**

# ¡Por la Vía Libre durante siete años... y los que faltan!

Estamos de aniversario, imposible dejar pasar esta fecha. Cumplimos siete años de estar por la Vía Libre y estamos seguros de que nos faltan muchas historias por contar en la industria del autotransporte de carga y pasaje.

Aquí les dejamos un recorrido de nuestros siete años en portadas.

Seguramente nos seguiremos encontrando a lo largo de estos kilómetros que están por venir.





# Los líderes en pesados durante 2020 fueron...

*Uno de los años más complicados para los productores y comercializadores de unidades pesadas en México ha sido el 2020, en el que las ventas al menudeo –del distribuidor al consumidor final– se ubicaron en las 27,020 unidades.*

Miriam Ramírez/Marco Hernández

**E**l líder indiscutible del mercado mexicano de vehículos pesados es Freightliner. La marca comandada por Flavio Rivera, comercializó un total de 7,827 unidades al menudeo, lo que significa el 33.5% del mercado total de carga.

Nadie como esta firma colocó más vehículos en el mercado durante el 2020, entre las estrategias que estableció fue seguir con sus precios en pesos y estar muy de cerca con sus clientes, el resultado al final del año les ha dado la razón.

Flavio Rivera, presidente y director general de Daimler Vehículos Comerciales México (DVCM), dijo que entre sus planes siempre está ser líderes de mercado, ser ágiles y responder lo más rápido posible a sus clientes, con soluciones precisas.

Añadió que lograron nuevamente ser líderes de mercado, logrando un deterioro menor al de la industria e incluso crecer algunos puntos porcentuales en segmento del mercado. En términos generales, la industria de vehículos de carga en México cayó 31.3%, mientras que Freightliner lo hizo en 29.9%, ganando de esta manera algunos puntos porcentuales.





FREIGHTLINER ES EL NÚMERO 1 EN VENTAS TOTALES.

El segundo lugar correspondió a Kenworth con un total de 6,651 unidades vendidas, esto es, 28.35% del segmento de carga. Aunque en este caso la marca del guitarrón nuevamente ha sido líder en el segmento ícono de carga, el de los tractocamiones quinta rueda.

El tercer lugar corresponde a International con 4,670 vehículos, esta marca participa tanto en el mercado de carga como en el de pasaje, sea como sea, la firma del diamante se mantiene en un meritorio tercer lugar.

El cuarto sitio es para Hino, con 2,090 unidades comercializadas, la gran mayoría de carga –1977 de carga y 113 chasis para autobuses–, la firma japonesa se mantuvo constante en sus ventas, las cuales fueron muy similares a las alcanzadas en 2019. Lo que es cierto, el que Hino fue la firma líder en venta de camiones híbridos con un total de 279 unidades.

El quinto sitio se lo llevó Mercedes-Benz Autobuses con 1,756 unidades, como ha sucedido en los últimos 27 años, la marca de la estrella de tres picos fue la marca líder en autobuses en nuestro país con 47.41% del mercado de pasaje, la gran fortaleza de la compañía ha sido los autobuses urbanos, donde es el líder indiscutible.

El sexto lugar total es para Isuzu con 1,616 unidades, la gran mayoría de carga –1,589 de carga y 27 chasis para autobuses urbanos–, la marca japonesa sigue siendo una de las principales firmas en el segmento de distribución urbana.

El séptimo sitio es para Volkswagen que logró comercializar 836 unidades



**KENWORTH, LÍDER EN TRACTOS Y SEGUNDO LUGAR EN VENTAS TOTALES.**

#### VENTAS AL MENUDEO POR MARCA

Freightliner	7,827
Kenworth	6,651
International	4,670
Hino	2,090
Mercedes-Benz Autobuses	1,756
Isuzu	1,616
Volkswagen	836
Scania	554
Volvo Buses	442
Volvo Trucks	308
Mack Trucks	152
DINA	66
MAN	52
<b>Total</b>	<b>27,020</b>

para el reparto urbano. El octavo escalón es para Scania con 554 vehículos, por primera vez la marca del grifo vendió en nuestro país más camiones de carga que autobuses, donde las cifras cayeron muy fuerte.

El noveno lugar es para Volvo Buses con 442 unidades, si bien es cierto, la marca dirigida por Rafael Kisel se ubicó en el lugar más alto en el segmento de autobuses de larga distancia, sitio que no ocupaba desde hace poco más de 10 años, también se llevó algunas licitaciones de la Ciudad de México.

El décimo escalón fue para Volvo Trucks con 308 unidades, a pesar de todo, la marca dirigida por Luz Elena Jurado tuvo ventas significativas y es una lástima que se retiren y dejen de comercializar en el país sus tractocamiones.

El lugar número 11 es para Mack con ventas por 152 unidades, seguido por Dina que vendió 66 unidades, seguido de MAN que tuvo ventas por 52 vehículos. Este ha sido uno de los años más complicados por lo que esperamos que el 2021 sea el arranque de un nuevo ciclo de mejores números para la industria. **VL**

# El tamaño de la escala a seleccionar

Lygermx / Moyada

En esta ocasión hablaremos un poco más de los gustos, tipos de colecciones y escalas. Muchas veces, al iniciar el coleccionismo de piezas de transporte, una de las interrogantes es qué medida es buena coleccionar.

En este sentido, es algo compleja la respuesta ya que este sector no es como el de autos, donde el coleccionista opta por escalas de varias marcas comúnmente de tamaño 1/18 hasta las 1/187.

En el caso del transporte no es así, ya que no es homogéneo, limitándose las opciones a la disponibilidad del modelo deseado.

En nuestra experiencia, hay algunos aspectos por los que optan en específico los coleccionistas de vehículos de transporte:

El tener lo más recreado en la medida de las posibilidades la unidad, siendo por lo regular réplicas de mayor tamaño que una escala 1/18, así como platicábamos la vez pasada, de diversos tipos de materiales.

El desear tener el mayor número de piezas, lo que implica buscar esca-



las lo más pequeñas posible, esto adjuntando el hecho de que en muchas ocasiones no se tiene el espacio suficiente para lucir colecciones de mayor tamaño.

Algunos más optan solo por unidades urbanas o foráneas.

Coleccionistas sin homogeneidad, los cuales coleccionan las piezas de su agrado sin importarles el tamaño o especificaciones.

Colecciones de una marca, línea foránea o urbana en específico, también sin importar la medida, en estos casos buscando tener las variantes de cromáticas a través de los años.

Como punto especial podrían ser

los que solo coleccionan piezas importadas o solo piezas nacionales.

Con base en las pláticas que hemos tenido en reuniones y eventos, lo que mayoría concuerda que las piezas predilectas son las de escala 1/43, ya que esta medida conserva un equilibrio entre el detallado y un buen volumen en general.

A partir de aquí, el coleccionista también toma la decisión de solo tener piezas maquiladas o mandar elaborar piezas artesanales para llevar un equilibrio de tamaño en su colección.

Esperamos, a partir de este análisis, ayudarles si comienzan su colección a despejar las interrogantes de cómo y por dónde iniciar. **VL**



# Con cicatrices, pero en el camino... Así nos fue en el 2020

*La comercialización de unidades pesadas al mayoreo en nuestro país se vio impactada por la pandemia de COVID-19, por primera vez en 11 años no se superó la cifra de 25,000 unidades, la venta total durante 2020 fue de 23,855 vehículos, esto es, una caída del 40.1% comparada contra las 39,835 unidades colocadas en el 2019, en otras palabras, se dejaron de vender 15,980 automotores.*

**Miriam Ramírez**

**D**espués de que en 2019 casi se vendieron 40,000 unidades, para 2020 se esperaba un año con un buen número de ventas de autobuses, camiones y tractocamiones, sin embargo, la pandemia hizo mella inmediatamente en la industria que tuvo que cerrar prácticamente por ocho semanas tanto la venta de unidades en las distribuidoras, así como las plantas de producción.

Después de eso, las marcas realizaron una serie de estrategias para reactivar el sector, pero desgraciadamente no encontraron eco en acciones gubernamentales, sino al contrario, lo empresarios al adquirir autobuses, camiones y tractocamiones nuevos se toparon con un bache para emplacar sus unidades. La opción era hacer trámites en línea, pero esto no se dio en los meses más importantes

para el movimiento de mercancías y eso frenó a la industria.

A pesar de todo, la industria se recuperó y logró al menos sobrevivir; por un lado, los talleres de mantenimiento de las diversas marcas en el mercado siguieron dando servicio a las unidades de carga que prácticamente no han parado en todo el tiempo de la pandemia y las plantas de producción volvieron a abastecer tanto al mercado nacional como a los mercados internacionales.

El segmento de carga nuevamente fue el más importante de la industria al representar 88.14% con sus 21,027 unidades comercializadas, que comparadas contra las 32,306 del 2019, dan como resultado una baja de 34.9%, lo que significó dejar de vender 11,279 vehículos, una cifra muy significativa para la industria.

Los tractocamiones representaron alrededor del 50% de las ventas del segmento de carga con 10,460 unidades, aunque la caída del segmento fue de 39.7% al dejarse de comercializar 6,887 unidades, esto al compararlas contra las 17,347 vendidas en 2019.

Aunque el sector más afectado resultó el de autobuses, que solo logró colocar 2,828 unidades, de estas 520 fueron autobuses de larga distancia o foráneos, en uno de los años con peores ventas. Lo anterior, como consecuencia de la baja en la movilidad de las personas y, sobre todo, que se dejaron de hacer viajes de ciudad a ciudad, así como excursiones o viajes por motivos de vacaciones.

Las primeras estimaciones es que durante 2021 se pueden llegar a comercializar poco más de 30,000 unidades, que marcaría un nuevo ciclo de recuperación, que para muchos expertos llevaría entre cuatro y cinco años el regresar a las cifras de 2019. Sea como sea, la industria de vehículos pesados y del autotransporte se mantiene en el camino correcto. **VL**



Ventas por segmento	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Camiones	10,567	14,959	15,331	15,963	16,264	14,916	14,594
Tractocamiones	10,460	17,347	16,227	16,190	17,736	14,883	13,189
Chasis Pasaje	2,308	5,722	8,098	6,965	7,880	7,651	6,965
Autobuses Foráneos	520	1,807	1,620	1,638	1,860	1,175	1,626
<b>Total</b>	<b>23,855</b>	<b>39,835</b>	<b>41,276</b>	<b>40,756</b>	<b>43,740</b>	<b>38,625</b>	<b>36,374</b>

Ventas totales al mayoreo	
2020	23,855
2019	39,723
2018	41,276
2017	40,756
2016	43,740
2015	38,625
2014	36,374
2013	37,619
2012	39,465
2011	32,592
2010	29,718
2019	21,718
2008	50,258
2007	51,873

Ventas al menudeo por mes 2020	
Enero	2,351
Febrero	2,218
Marzo	2,177
Abril	1,110
Mayo	1,329
Junio	2,182
Julio	2,726
Agosto	2,238
Septiembre	2,224
Octubre	2,621
Noviembre	2,514
Diciembre	2,880



## Toyota entregó recursos a los ganadores 2020 de “Toyota Conduciendo un México Mejor”

*Por tercer año consecutivo, Toyota Motor Sales de México y su Red de Distribuidores, a través del programa de Responsabilidad Social “Toyota Conduciendo un México Mejor”, premiaron a las organizaciones que se esforzaron en construir un mejor país, en especial a aquellas que dirigieron su proyecto en la reactivación económica y desarrollo de las poblaciones más vulnerables tras los efectos de la pandemia por COVID-19.*



“Estamos muy contentos de poder llevar a cabo la entrega de recursos de esta tercera edición de Toyota Conduciendo un México Mejor. La experiencia de Toyota en México a lo largo de 18 años nos ha permitido alinear la misión global de la marca y aterrizarla en las necesidades particulares de cada comunidad de este país, no solo siendo una empresa de movilidad, sino también poniendo nuestro granito de arena”, dijo Gerardo Romero, director de Finanzas de Toyota Motor Sales de México.

Tras recibir más de 200 proyectos de 24 estados de la República Mexicana, lo que representa el 70% del país manifestándose en esta convocatoria de Responsabilidad Social de Toyota, el Comité Dictaminador decidió declarar ganadores a:

Laboratorio de Invención para la Ciudad, A.C. (LaBiCi), de Mexicali, cuya iniciativa busca visibilizar la necesidad de una infraestructura vial adecuada para el Valle de Puebla en esta ciudad bajacaliforniana.

Movimiento de Jóvenes por el Agua, A.C. (MOJA), de la CDMX, cuyo proyecto es un "Programa comunitario de rehabilitación y reforestación del humedal de Xochimilco".

Fundación de Artes Musicales de Baja California A.C., de Tijuana, que a través de la "App Carisma, baila, vibra e inventa", promoverá la actividad física en los niños de 6 a 12 años, al mismo tiempo que se relacionan con la danza y la música.

"El impacto de estos proyectos que hoy reconocemos es de suma importancia para nosotros como Distribuidores de Toyota, ya que más allá de ofrecer cada vez mejores autos, somos parte de una comunidad y estamos conscientes de las necesidades y las afectaciones que esta pandemia ha provocado y cómo ha mermado en temas económicos, sociales y principalmente de salud. Por fortuna vemos que el espíritu de colaboración y solidaridad de todos nosotros no solo permanece, sino se ve fortalecido", agregó Javier Marina, presidente de Distribuidores Toyota de México.

La experiencia de Toyota en México ha permitido alinear su misión global con las necesidades de nuestro país, por lo que "Toyota Conduciendo un México Mejor" también cumple con los objetivos de desarrollo sostenible establecidos por la ONU para la mejora del planeta.

El apoyo que Toyota México realizará en esta tercera edición de "Toyota Conduciendo un México Mejor" consiste en:

Beneficio económico de hasta 500,000 pesos para cada Organización ganadora (una por categoría).



La transferencia de conocimientos durante dos años para que las organizaciones seleccionadas desarrollen sus proyectos (a través de Fundación Merced).

Y a cada una se le otorga un vehículo Toyota que les ayudará en la realización de sus actividades de labor social.

"Algo que caracterizó a la convocatoria 2020 es que muchas de estas organizaciones se acercaron de manera personal a nuestras distribuidoras para darnos a conocer sus proyectos que impulsan y fortalecen el desarrollo de las poblaciones locales. El día de hoy ayudamos a la construcción de un México mejor", mencionó Vicente Alonso, presidente del Comité de Responsabilidad Social de Distribuidores Toyota de México.

Esta tercera edición representó un reto adicional para Toyota, pero más aún para todas las organizaciones,

quienes tuvieron que dar lo mejor de sí para enfocar sus proyectos y prepararlos con todas las condiciones adversas que nos ha representado esta pandemia.

A lo largo de las tres ediciones de "Toyota Conduciendo un México Mejor", la cifra de inversión social asciende a casi 15 millones de pesos.

"En el área de Responsabilidad Social de Toyota en México, estamos muy orgullosos de esta tercera edición. La convocatoria 2020 fue un éxito, pues tuvo una gran participación de las Organizaciones de la Sociedad Civil pese a los obstáculos, ya que recibimos 201 proyectos, de los cuales el 65% fueron de educación, 28% de Medio Ambiente, y logramos incrementar la participación en Seguridad vial que este año alcanzó el 7%.", destacó Marisol Blanco, gerente de Relaciones Públicas y Responsabilidad Social de Toyota de México.

De esta manera, bajo la filosofía "Pensar global y actuar local", "Toyota Conduciendo un México Mejor" continuará año con año beneficiando a más organizaciones para que éstas, a su vez, contribuyan al crecimiento de nuestro país y beneficiando cada año a más personas. **VL**

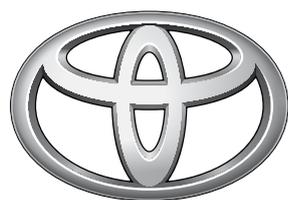


**TOYOTA**  
CONDUCIENDO UN  
**MÉXICO**  
*mejor*  
SEGURIDAD VIAL • MEDIO AMBIENTE • EDUCACIÓN

# Llega a México Sienna 2021, ahora es híbrida



*Con el objetivo de redefinir nuevamente el segmento, Toyota presentó la nueva Sienna 2021, que llega a México con su cuarta generación que ahora integra motorización híbrida en todas sus versiones, además de nuevas tecnologías y más comodidades.*



**TOYOTA**

**L**o anterior, sin perder atributos como la seguridad y el espacio interior. La presentación de Sienna en México ocurre en momentos de cambio y transformación por lo que viene bien su visión de evolución tecnológica. Sienna 2021 transforma el significado de la miniván y eleva los estándares de su segmento en estilo, seguridad, comodidad, versatilidad y eficiencia de combustible.

La evolución de esta miniván tiene historia, ya que en su primera generación se ganó la reputación de segura y ahora, en su cuarta generación se transforma y adapta para contribuir con el medio ambiente y sumarse a los logros de Toyota en su camino a la electrificación.

Construida bajo la arquitectura

TNGA (Toyota New Global Architecture), Sienna 2021 ahora es híbrida en todas sus versiones, e integra una transmisión de engranaje planetario que se encarga de administrar eficientemente la energía del vehículo, esa misma tecnología por la que son famosos todos los híbridos de la marca japonesa.

El sistema híbrido (HSD, Hybrid Synergy Drive) de Sienna 2021 otorga una potencia de 240 HP y un torque de 175 lb-pie. Con una batería de níquel hidruro metálico metálico (NiMH), gracias a su sistema híbrido proporciona rendimientos de combustible superiores a los 20 km/lt dependiendo de las condiciones de manejo.

Sienna se convierte en la primera miniván híbrida en México, y se



suma como el sexto vehículo de la familia de híbridos de Toyota en nuestro país, en sintonía con el Reto Medioambiental 2050 que se propuso la marca a nivel global para reducir las emisiones de CO2 al tener más vehículos de energía alternativa, con un claro objetivo para el 2025, integrar uno de estos vehículos en cada línea de producto.



“Estamos seguros de que Sienna, con su tecnología híbrida eléctrica, en conjunto con su elegancia, confort y seguridad, podrá consolidarse como líder del segmento, posición que ostenta desde hace ya varios años”, aseguró Guillermo Díaz, vicepresidente de Operaciones de Toyota Motor Sales de México.

Sienna 2021 es el vehículo ideal para todo tipo de familias, para aquellas que se reinventan de manera cons-



## Versiones y precios de Sienna 2021

*Esta nueva generación híbrida, llega en cuatro versiones a México, todas ya disponibles en la red de distribuidores Toyota de la república.*

*LE - \$699,900 pesos.*

*XLE - \$769,900 pesos.*

*XLE Piel - \$829,900 pesos.*

*Limited - \$899,900 pesos.*

*Los clientes podrán elegir entre nueve colores: plata, rojo, café, azul oscuro, blanco perlado, blanco, gris metálico, negro y un nuevo color verde; en cuanto a los interiores podrán elegir entre dos opciones: beige y gris.*

tante, donde los roles de paternidad y maternidad son igualitarios y compartidos, además donde los poseedores del vehículo disfrutan de compartir viajes con amigos.

Para esos viajes familiares, Sienna ofrece dos configuraciones, una con capacidad de ocho pasajeros en las versiones LE y XLE; mientras que en las versiones XLE Piel y Limited encontrarán una capacidad de siete pasajeros.



Luis Trujillo, gerente de Planeación de Producto y Precio, dijo que “el diseño de Sienna evoluciona una vez más, ya que en esta cuarta generación logra romper con la imagen de una miniván convencional y presenta un diseño más emocional y expresivo con líneas aerodinámicas que refuerzan un perfil robusto”.



La seguridad de los vehículos Toyota es uno de los atributos más valorados de la marca. Por supuesto, Sienna no es la excepción, además de contar con un buen historial de seguridad y una muy sólida reputación de confiabilidad, esta cuarta generación nos confirma su preocupación por brindar seguridad a todos los ocupantes.



Es por ello que incorpora el reconocido Star Safety System de Toyota:

- TRAC (Control de tracción)
- ABS (Sistema antibloqueo de frenado)
- EBD (Distribución electrónica de la fuerza de frenado)
- BA (Asistente de frenado en situaciones de emergencia)
- SST (Frenado en caso de una aceleración involuntaria)
- VSC (Control de estabilidad)

Adicional cuenta con HAC (Asistencia en pendientes), Brake Hold, Control Crucero, Sistema de Monitoreo de Punto Ciego (BSM) Alerta de Tráfico cruzado (RCTA), Sistema de Monitoreo de Presión de llantas (TPMS), Sensores de estacionamiento (delanteros y traseros) a partir de la versión XLE. **VL**

# Hiroshi Ikegawa es nombrado director Operativo de Isuzu Motors de México



Isuzu Motors de México anunció el retiro del señor Tsukasa Sato, quien estuvo al frente de la dirección operativa los pasados seis años y además cuenta con una importante y exitosa trayectoria dentro de Mitsubishi Corporation.

Tsukasa Sato es originario de Nagoya, Japón. Egresado de la Facultad de Economía, en la Universidad Nacional. En 1982 se incorporó a Mitsubishi Corporation desde donde se desempeñó en los mercados de Japón e Indonesia antes de llegar a México en el año 2014.

Durante la gestión del señor Sato, Isuzu logró récords

de ventas históricas, superando metas establecidas, también fue clave en la incursión de Isuzu en el exitoso ingreso de varios modelos al mercado mexicano.

El puesto de director Operativo de Isuzu Motors de México, será ocupado por el Hiroshi Ikegawa. Este directivo tiene ya una importante trayectoria en Isuzu Motors de México, llegando en 2009 y saliendo en 2015 para tomar otras responsabilidades; ahora, de vuelta en México bajo este nuevo nombramiento y conociendo el mercado mexicano y la industria del autotransporte, se encuentra listo para fortalecer la presencia de Isuzu en México ante los próximos retos. **VL**

*En unos cuantos días arrancarán las pruebas preoperativas de la Línea 4 de Mexibús. Everardo Enríquez, presidente del Consejo de Administración de la empresa Mexibús L4, confirmó que el servicio arrancará por etapas, siendo la primera del tramo Indios Verdes-Central de Abastos, con 24 autobuses o material rodante, como dicen los expertos, todos Volvo –13 articulados y 11 Procity– que otorgarán servicio ordinario y servicio Rosa.*

## Arrancará L4 de Mexibús en el tramo Indios Verdes-Central de Abastos



**//** Faltan algunos detalles en la ruta, por lo cual se ha optado por arrancar en el tramo Central de Abastos hacia Indios Verdes y conocer de manera correcta cuántos autobuses se necesitarán para todo el servicio”.

Originalmente, se había dicho que el estudio de costos y beneficios había dado como resultado un total de 47 autobuses, pero este resultado fue de hace cuatro o cinco años, por lo que las condiciones cambiaron y ahora lo más seguro es que se necesiten más vehículos.

Lo cierto es que en algunos puntos de la ruta todavía existen algunos pendientes que se tendrán que solucionar de manera inmediata, en

entre ellos el punto de encierro donde están pendientes varios aspectos, tanto de obra como de servicios.

En cuanto a la terminal de Indios Verdes, esta no existe, por lo que de entrada se utilizará una plataforma o terminal portátil que estará en uno de los andenes de la Línea San Pedro Santa Clara, y que será donde se realice el ascenso y descenso de los usuarios mientras se construye la terminal. Sea como sea, todo parece indicar que la Línea 4 de Mexibús arrancará para finales de este mes.

Por su parte Elim Luviano Heredia, director general del Sistema de Transporte Masivo y Teleférico del Estado de México, adelantó que se

iniciará con 24 autobuses, para que después se incorporen las demás unidades que en total, según el estudio de costos y beneficios realizado, será de 47 unidades, por lo tanto faltarían 23 unidades de las cuales la gran mayoría serían articuladas.

La decisión sobre la marca seleccionada la tomará la junta directiva de la compañía creada por las 35 empresas que acudieron al llamado y que ahora se denomina Mexibús 4 SA de CV, por lo que será interesante saber cuáles serán los puntos a evaluar; por lo pronto, como ha sucedido en los últimos años, los favoritos o las opciones son Mercedes-Benz, Scania y Volvo, así como los fabricantes de carrocerías Marcopolo y Busscar. **VL**

## FREIGHTLINER

# Nuevo Cascadia representó 48.38% de la venta de Freightliner

El Nuevo Cascadia se convirtió en el vehículo referente de Freightliner en el 2020 en nuestro país, con ventas al menudeo de 3,787 unidades, esto es 48.38% de la comercialización total de la marca dirigida por Flavio Rivera, que alcanzó las 7,827 unidades en ventas totales para ubicarse como el líder indiscutible en el mundo de las unidades pesadas.

Con lo anterior, se puede decir que el vehículo de Freightliner más vendido en sus distribuidoras durante los últimos 12 meses ha sido el Nuevo Cascadia, y uno de cada dos vehículos entregados por sus puntos de venta han sido tractocamiones.



## ANERPV

# CON 2,912 ROBOS A TRANSPORTE FINALIZA EL 2020

La seguridad en el sector transporte es vital, sin embargo, el constante robo a vehículos de carga que se ha estado efectuando en varios estados del país y que culminó con 2,912 en 2020, seguirá a la orden del día. Julián Gaxiola, director general de GM Transport, empresa que provee software para transporte, explica que a raíz de la pandemia se han incrementado los atracos a transportistas, principalmente en la zona centro del país.

Estado de México con 741, Jalisco con 334 y Puebla con 312, concentran los primeros tres lugares que más sufren de robos, seguidos por Guanajuato y Veracruz con 270 y 196 respectivamente según el último reporte de la Asociación Nacional de Empresas de Rastreo y Protección Vehicular (ANERPV), en un periodo que comprende de enero a diciembre de 2020.



## SEPOMEX

# Rocío Bárcena Molina, llega a Sepomex

El secretario de Comunicaciones y Transportes, Jorge Arganis Díaz-Leal, dio posesión a la directora general del Servicio Postal Mexicano/Correos de México, Rocío Bárcena Molina, y confió que, con el apoyo de los trabajadores, dará magníficos resultados en la transformación de este organismo para modernizarlo, hacerlo rentable y de más utilidad para la sociedad.

El titular de la SCT dijo que el presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, ha depositado en la nueva directora la confianza para sacar adelante este organismo, en donde los trabajadores del Servicio Postal Mexicano representan un activo con historia y compromiso para el país.



**SCT**

## AHORA SERÁ SECRETARÍA DE INFRAESTRUCTURA, COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Jorge Arganis Díaz-Leal, titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), adelantó que esta dependencia cambiará su denominación, para convertirse en la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes, el cambio de nombre no afectará los objetivos y funciones asignadas a la dependencia y mucho menos las tareas que tiene encomendadas el IMT.

Durante la toma de posesión del nuevo director general del Instituto Mexicano del Transporte, Carlos Alfonso Lara Esparza, el funcionario dijo que como parte natural del proceso de renovación periódica en las diferentes áreas de la dependencia y con el objetivo de abrir nuevos cauces en el cambio tecnológico se da este relevo.

**VOLVO**

## Volvo regresa a lo más alto en autobuses foráneos

Después de 11 años, Volvo Buses México regresó a ser líder del segmento de autobuses foráneos, con un total de 376 unidades vendidas, para lograr el 68.23% del mercado, esto con base en su estrategia de abrirse a colaborar con otros fabricantes de carrocerías.

Al final, el tiempo le ha dado la razón a Rafael Kisel y los números así lo dicen, son líderes en uno de los segmentos más importantes de la industria. Si bien, el sector sufrió una contracción de 70%, Volvo buscó esos resquicios y vendió una buena cantidad de unidades.



**ADO**

## ADO Conecta presentó una nueva opción de movilidad en la CDMX

Para brindar una opción de movilidad eficaz y sencilla para los viajeros con destino a Veracruz, la marca de autotransporte, ADO Conecta, lanzó una nueva ruta de su servicio en la capital del país.

A través de unidades Sprinter, ADO Conecta permitirá que los usuarios tengan una experiencia de viaje completa, al facilitar el traslado desde el centro de la Ciudad de México, específicamente en la Glorieta del

Ángel de la Independencia, hasta la Terminal de Autobuses de Pasajeros de Oriente (TAPO), en la cual podrán abordar el autobús de la marca comercial ADO de su preferencia hacia el estado de Veracruz.



## HINO

### HINO VENDIÓ 279 CAMIONES HÍBRIDOS DURANTE 2020 EN MÉXICO

La firma japonesa Hino, comercializó un total de 279 camiones de la Serie 3 híbridos en México al mayoreo, superando los 255 de año anterior, esto es, que en los últimos 24 meses colocó 534 camiones verdes en nuestro país.

Una de las principales características de Hino es ser amigable con el medio ambiente, y lo ha demostrado con ventas cada vez más importantes de sus vehículos híbridos, lo interesante es que no solamente las grandes flotas los han adquiridos, sino firmas medianas y pequeñas.

## DESCANSE EN PAZ

### Murió César Humberto Mariles

Con profunda tristeza les informamos de la muerte de nuestro buen amigo César Humberto Mariles García, un excelente transportista, pero sin duda mejor amigo. Lo conocimos allá por el año 2000, cuando formaba parte del equipo de la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (Canacar). Siempre con una sonrisa y un buen consejo para el proyecto de Vía Libre, buen camino amigo... buen camino....



## SCANIA

### Pepsico estrena 19 tractos Scania R500 6x4

Por los rumbos de Chalco, Estado de México, llegaron tractocamiones Scania R500 6x4, específicamente a uno de los Centros de Distribución de Grupo Pepsico, que incorpora a su flota un total de 19 tractocamiones Scania R500, en configuración 6x4, lo cual es un excelente paso para la firma comandada en nuestro país por Alejandro Mondragón.

Las unidades están siendo rotuladas y se espera que a la brevedad se incorporen a los circuitos del Grupo Pepsico en esa región. Esta entrega es parte de la estrategia de especialización de la marca en nuestro país y es un punto a favor tanto para Mauricio De Alba, director de Cargo Transport Solutions de Scania México, como de Carlos Orozco, gerente de Flotas Corporativas.





**DAIMLER**

# RAG Hermanos integra dos Nuevo Cascadia de Freightliner a su flota

Daimler Trucks México, entregó dos unidades Nuevo Cascadia de Freightliner a RAG Hermanos, a través de su distribuidora Jiménez Autocamiones.

La empresa jalisciense RAG Hermanos está dedicada al transporte de materiales para construcción. Alineados a su enfoque en la innovación, calidad y tecnología de su servicio, eligieron los Nuevo Cascadia equipados con motor Detroit Diesel DD16 y el sistema propietario de la marca Detroit Assurance 5.0, debido a los altos estándares que ofrecen en materia de rendimiento, desempeño, durabilidad, seguridad, confiabilidad, uptime y conectividad.



**PACCAR**

## MARCO DÁVILA SE RETIRA TRAS 30 AÑOS DE SERVICIO EN PACCAR



Uno de los ejecutivos más importantes de PACCAR en los últimos años, Marco Dávila se jubiló hace unos días. Durante su carrera de 30 años, Marco hizo contribuciones significativas al éxito de PACCAR en las regiones norte, centro y sur de América, así como en Europa.

Marco comenzó su carrera en PACCAR en Kenworth Mexicana y ocupó cargos de responsabilidad ascendente en áreas de Finanzas, Tesorería, Desarrollo de Concesionarios, Ventas y Manufactura, destacando entre sus logros más importantes la consolidación de la red de Concesionarios en México, una alta participación de mercado y una estrecha relación con los clientes.

**VOLKSWAGEN**

## Apoya a reconstruir edificios mediante espectaculares

Volkswagen Vehículos Comerciales es la primera marca en sumarse al proyecto Rebuild-board, una iniciativa que tiene el objetivo de apoyar y reconstruir a México por los daños causados por el temblor de 2017.



Dicho proyecto está enfocado al arte y la intención es reconstruir los edificios afectados en la Ciudad de México, esto en colaboración, tanto del gobierno como del sector privado. La idea surgió desde 2017 por parte de la agencia Dentsu Mcgarrybowe, y consiste en el montaje de espectaculares en la fachada de los edificios que se van a reconstruir y comercializarlos.

## SCANIA

# Scania es la marca con mayores ventas en tractos con motor a gas natural en 2020

La marca sueca Scania comercializó un total de 61 tractocamiones con motor a gas natural al menudeo en México durante 2020, esto representa 74.39% del total de tractos comercializados con este tipo de motor, impulsado principalmente por la venta de unidades a Trucka.

Como se recordará, Scania comercializa con mucho éxito su tractocamión R410 chato en México, tanto que se encuentran en fase de prueba una mochila, un compartimiento y algunos tanques más de combustible para tener más autonomía. Según los datos del INEGI, el segundo lugar corresponde a Kenworth Mexicana con 21 tractos comercializados con motor a gas, esto es, 25.60% del total.



## THERMO KING

### THERMO KING, DE TRANE TECHNOLOGIES, LANZA NUEVAS SOLUCIONES

Thermo King ha ampliado su cartera de soluciones de almacenamiento temporal que pueden satisfacer los requisitos exclusivos de las empresas farmacéuticas globales que desarrollan vacunas contra la COVID-19. Thermo King es el líder mundial en soluciones para la cadena de frío con control de la temperatura integral.

Las empresas farmacéuticas, en las últimas fases de los ensayos clínicos, anticipan que necesitarán controles estrictos de la temperatura para mantener sus productos en perfecto estado; estos serán nuevos desafíos. Primero, están las grandes cantidades de vacuna que deben distribuirse; los expertos estiman que se necesitan entre 12 y 15 mil millones de vacunas COVID-19 a nivel mundial.

## SE-FREIGHT

### SE-FREIGHT de México arranca el año con 30 nuevas unidades Kenworth

Iniciando con el pie derecho este nuevo año, la compañía de soluciones de distribución, transporte y almacenaje SE-FREIGHT de México adquirió 30 unidades T680 equipadas con dormitorio de 52" y motor Cummins X15 Euro V por medio del concesionario Kenworth del Bajío, parte del Grupo BACE. Esta compra se llevó a cabo bajo el esquema

de arrendamiento puro con mantenimiento preventivo incluido a través de PacLease Mexicana, que les permitirá contar siempre con unidades en las mejores condiciones.

En la entrega de dichas unidades estuvieron presentes Andrew Delgado, director de operaciones de SE-FREIGHT y Carlos Delgado, director

general de SE-FREIGHT, junto con su familia. Por parte de Kenworth, fueron partícipes Octavio Franco, gerente regional de unidades nuevas; Gerardo Heredia, gerente de cuentas clave; Sergio García, gerente regional de PacLease; Alejandro Rodríguez, gerente regional de ventas Kenmex; Francisco García, leasing advisor.



## MOBILITY ADO

# Prevé MOBILITY ADO recuperación de la movilidad en 2021

La contingencia por COVID-19 derivó en desafíos para la industria de la movilidad, ante ello, MOBILITY ADO prevé la recuperación de ésta para el segundo semestre de 2021.

Aldo Alarcón, director general de Movilidad y Transporte en MOBILITY ADO, aseguró que “el 2020 fue un año sui generis, pero confiamos en que a través de los protocolos de higiene y seguridad sanitaria que han sido certificados por organismos internacionales, así como por el comportamiento que observamos de la pandemia en México, estimamos una recuperación paulatina en la industria, con un incremento de más de la mitad de la demanda actual para el segundo semestre de 2021”.



## VALERO

### VALERO INICIA OPERACIONES DESDE LA NUEVA TERMINAL DE ALMACENAMIENTO

Valero Marketing and Supply de Mexico, S.A. de C.V., subsidiaria de Valero Energy Corporation, anunció que inició operaciones comerciales desde la terminal marítima en el nuevo Puerto de Veracruz, propiedad de IEnova. Valero será el principal usuario de la terminal de almacenamiento, ya que se logró un acuerdo a largo plazo para importar productos refinados.

“Estamos muy orgullosos de iniciar operaciones en Veracruz, ya que consideramos que es la puerta de entrada marítima de Valero a los mercados de México”, dijo Gary Simmons, vicepresidente ejecutivo y director comercial de Valero.



## ANPACT

### Angélica Bucio deja ANPACT

La Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT) comunicó que Angélica S. Bucio Méndez, directora de Comunicación y Asuntos Públicos de este organismo, cesó sus funciones a partir del 22 de enero de 2021. Angélica Bucio dejó esa posición para desarrollar nuevos proyectos profesionales en la ciudad de Madrid, España.



ANPACT reconoció el profesionalismo y los resultados de Angélica tanto en sus funciones de comunicación corporativa, manejo de crisis y relacionamiento con actores clave como en la organización de Expo Transporte ANPACT, el evento más grande de México y el mayor de su tipo en todo el continente. En palabras de Miguel Elizalde: “Extrañaremos mucho a Angélica, deja huella dentro de ANPACT por su compromiso, dedicación, visión estratégica, dinamismo y grandes habilidades comunicativas. Le deseamos lo mejor en esta nueva etapa de vida”.

## VOLKSWAGEN

### VOLKSWAGEN T6.1 GANA MEDALLA DE ORO COMO LA VAN MÁS SEGURA

El consorcio Euro NCAP, integrado por ministerios de transporte, clubes automotrices, asociaciones de aseguradoras e institutos de investigación de Europa, recientemente sometió a prueba la seguridad de 19 vehículos comerciales ligeros. Las pruebas se enfocaron en la disponibilidad y la función de los sistemas de seguridad activos. El Transporter 6.1 de Volkswagen Vehículos Comerciales



obtuvo los mejores resultados, por lo que recibió una medalla de oro por parte de dicha organización.

El auge del comercio en línea ha impulsado el crecimiento de la deman-

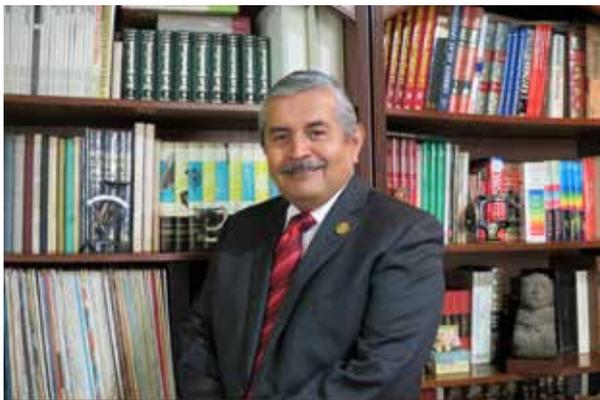
da de servicios de entrega. Como consecuencia, el número de vanes en las calles se ha incrementado considerablemente. Esa fue una buena razón para que el consorcio NCAP analizara y evaluara la disponibilidad y función de los sistemas de asistencia para el conductor que ofrecen las vanes de las categorías B y C/D con un peso total permitido de hasta 3.5 toneladas.

## ANFAPYT

### Continuidad y sostenibilidad

Dar seguimiento a las acciones emprendidas por el consejo directivo anterior y seguir fomentando las acciones en pro de la sostenibilidad son dos de los principales ejes de Arius Zúñiga, nuevo presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Pinturas y Tintas (Anafapyt), quien ocupa el cargo desde el 1 de enero pasado.

Para lograrlo, se emprenderá una importante campaña de concientización orientada hacia las empresas pequeñas y medianas del sector (pymes), con el fin de que conozcan los beneficios y la importancia de implementar prácticas sostenibles a nivel organizacional, ya que esto no sólo beneficia al medio ambiente, sino que también mejora la reputación de las mismas y les genera ahorros significativos en sus procesos.



## KENWORTH

### Kenworth Mexicana sigue siendo el Rey en Tractocamiones

La marca del guitarrón continúa marcando el paso en el segmento ícono de carga en México, el de los tractocamiones, en los últimos 12 meses logró colocar en el mercado de mayoreo 5,559 unidades, lo que representa 53.14% del mercado total.

Es así como, nuevamente, uno de cada dos tractocamiones vendidos en la República Mexicana fue de la firma comandada por Alejandro Novoa, que lo ubica como el líder histórico en este mercado.



**GET**

# Grupo GET es ahora distribuidor de la marca Shacman

Grupo GET (Gabriel Equipos de Transporte) es a partir del día 8 de enero distribuidor autorizado de la marca Shacman, con seis puntos de distribución: Estado de México, Bajío, Nuevo Laredo, Puebla, Córdoba y Veracruz.

“Lo que nos motivó a Grupo GET a invertir en estas seis distribuidoras de la marca Shacman, es que cuentan con productos que reducen el impacto ambiental, así como promueven el ahorro de combustible hasta en un 40%”. Shacman es líder de mercado en China, pertenece al Shaanxi Automobile Holding Group, y tiene presencia en 100 países con 12 plantas de manufactura a nivel mundial y próximamente una en México para finales de este año.



**SCANIA MARCOPOLO**

## URBANOS SCANIA MARCOPOLO TORINO PARA TOURINGCOACH

La empresa transportista TouringCoach del sureste del país, adquirió una serie de 20 autobuses y en la recta final del año pasado, recibió sus últimas cinco unidades urbanas.

Los autobuses con chasis K250 12 metros con carrocería Marcopolo, son unidades a diésel Euro 5 que ofrecen un menor im-

pacto ambiental por la tecnología con la que cuentan sus motores, ya que los gases generados por la combustión al entrar al Sistema de Reducción Catalítica y al mezclarse con la urea, permite que los gases son expulsados por el escape tengan menor cantidad de partículas contaminantes, reduciendo la emisión de óxidos de nitrógeno y MP.

**BRIDGESTONE**

## Bridgestone anunció su nueva estructura de sostenibilidad

Bridgestone Corporation anunció su estructura organizacional de sostenibilidad, una hoja de ruta que orienta sus iniciativas para apoyar la movilidad segura y contribuir a la construcción de una sociedad carbono neutral.

Bridgestone ha buscado constantemente reducir el uso de recursos en su negocio de neumáticos y caucho a través de iniciativas como el desarrollo de productos “Dan-Totsu (líderes en su clase)” que cuentan con una vida útil más larga y que consumen menos recursos. Al mismo tiempo, la compañía está impulsando la reutilización de recursos en sus negocios de soluciones, que brindan valor a los clientes en la fase de uso del producto. **VL**

**El líder de motores en México, Cummins, cerró 2020 con una importante participación de mercado, tanto en el segmento de transporte de rango pesado donde obtuvo más de 60%, como en rango medio con cerca de 40%. Sus motores a gas son una de las opciones más solicitadas por los transportistas en el país y en filtros ocurre lo mismo, por lo que ahora se prepara para lograr mejores cifras en el 2021.**

# Cummins: cobertura total en México

Cummins está presente prácticamente con los principales fabricantes de autobuses, camiones y tractocamiones, como DINA, International, Kenworth Volkswagen, y es parte fundamental de la entrada al mercado mexicano de firmas chinas como Foton y Schacman, que poco a poco han empezado a tener pedidos en tierras mexicanas.

Ignacio García Albarrán, vicepresidente de Cummins Latinoamérica, explicó que las firmas chinas están dentro de los proyectos para los siguientes meses, ya que se espera que éstas puedan estar comercializando alrededor de 10,000 unidades en Latinoamérica y Cummins respaldará esas operaciones.

En nuestro país sucederá lo mismo, los fabricantes chinos han presentando planes muy agresivos para el mercado nacional y precisamente una de las ventajas que ofrecen es contar con motores Cummins que, sin duda, son una confianza para los empresarios del autotransporte.



De igual forma, el retiro de Volvo Trucks en México -que dejó de comercializar sus tractocamiones- abrió un espacio que las otras armadoras tratarán de cubrir, por lo que Cummins estará con una participación de mercado más fuerte.

En tanto, Gaspar Aguilar, director de operaciones de Cummins México, afirmó que Cummins trabaja fuertemente en conjunto con los fabricantes chinos para poder respaldar sus

operaciones en México, con el fin de que estas sociedades logren buenos resultados.

“Estamos listos con técnicos certificados, piezas y servicio, con el fin de que todos aquellos que inviertan en esta clase de unidades tengan el respaldo de expertos en motores Cummins”.

Por el momento, la línea de productos Cummins tiene cobertura total en el mercado mexicano, tanto en motores Euro 5, motores a gas, y continúa con desarrollos para las nuevas generaciones de motores o

de tecnologías más limpias como el Euro 6, para lo cual se necesitaría la distribución en todo el país de diésel de Ultra Bajo Azufre (DUBA).





**Colaboradores  
y empresarios**

**que siguen  
trabajando para  
que haya**

**alimentos.**



**¡Gracias!**

**#EmpresasXTuBienestar**

**EL BIENESTAR DE TODOS  
ES NUESTRA EMPRESA**

*Voz de las Empresas*

Consejo de la Comunicación





# ASÍ TE RESPALDAMOS

Con una red propia de la marca y talleres Scania dentro de tus instalaciones, sólo pagas un costo por kilómetro durante toda la vida útil del vehículo y nosotros nos encargamos del resto.

**PARA QUE TÚ TE DEDIQUES A TU NEGOCIO**



  / Scaniamx

  / Scania México

contacto.mexico@scania.com  
www.scania.com.mx

**SCANIA**