

VÍA LIBRE

Marzo 2026 / Núm. 136

EXPO FORO 2026

EXF +M

Nuestra **experiencia en movilidad** es el motor que impulsa a México hacia **adelante**.



+ EXPERIENCIA + MERCEDES

Las imágenes que aquí aparecen son usadas como referencia. Consulta especificaciones de los vehículos en autobusesmercedesbenz.com.mx o en su Distribuidor Autorizado. Mercedes-Benz® es una marca de Mercedes-Benz Group AG.



SOMOS GLOBALES, SOMOS LÍDERES
SOMOS VIPAL.

Uno de los mayores fabricantes de caucho a nivel mundial y referente en el sector del renovado de llantas.



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



SEÑALES
8

AUTOBUSES
FORÁNEOS

6



EXPO
PROVEEDORES
PUEBLA 2026
20

DIRECTORIO

Director General

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

Coordinadora de información

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

Correctora de Estilo

Fernanda Hernández

Consejo Editorial

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

Diseño

Jaime Ibarra

Sistemas

Guadalupe Ramírez

Distribución

José Francisco Ramírez Hernández

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

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

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

VÍA LIBRE www.revvialibre.com.mx

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

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

https://www.instagram.com/vialibre_revista/

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

Expo Foro Movilidad a la vista

Proponer soluciones distintas para un mismo problema no es tan malo cuando hay foros y voluntad para discutir, durante año, la movilidad de las ciudades ha sido un tema frecuente, durante la muestra más importante de autobuses -urbanos, suburbanos, escolares, de personal y foráneos, los expertos tendrán la oportunidad nuevamente de colocar sus propuestas en la mesa y llevarlas a cabo.

Los primeros días de este mes, la industria volverá a vivir uno de esos momentos cumbre donde en un solo espacio convivirán, autoridades, empresarios del transporte, armadoras y proveedores, el punto de reunión es la Ciudad de México, sede desde hace muchos años de Expo Foro Movilidad 2026, organizada por la Cámara Nacional del Auto-transporte de Pasaje y Turismo (Canapat).

Este año es particularmente importante, ya que los grandes protagonistas presentarán lo más avanzado en tecnología, innovación y confort, Mercedes-Benz Autobuses, tiene sorpresas, lo mismo que Volvo con su Volvo 9800, Scania tendrá un lanzamiento histórico e Irizar tendrá su i6s Efficient.

Sin lugar a duda, estar en Santa Fe, durante tres días valdrá la pena, seguramente nos encontraremos a muchos amigos y será un gusto poder recibirlos en nuestro stand.

En esta edición les traemos una gráfica con las ventas de los últimos 55 años en México, una información que solamente la podrán encontrar en nuestras páginas. PACCAR México llevó a cabo su premiación al Concesionario del Año, galardón que este año se lo ha llevado Tractocamiones Kenworth – DAF de Monterrey, así como todos los otros galardones de sus diferentes áreas.

Alejandro Mondragón, director general y CEO de Scania nos da su visión sobre 2026, un año que sea como sea, será de recuperación, así como todos los detalles de la colaboración que han firmado con GIZ, para seguir impulsando a las mujeres en esta industria. **VL**



PORTADA

Mercedes-Benz Autobuses
en Expo Foro Movilidad 2026.



EDITORIAL



MERCEDES-BENZ AUTOBUSES: CUANDO LA MOVILIDAD NO PONE LÍMITES

LA MOVILIDAD SE VUELVE VERDADERAMENTE RELEVANTE CUANDO DEJA DE PENSAR EN PROMEDIOS Y COMIENZA A DISEÑARSE PARA LAS PERSONAS. PARA QUIEN DEPENDE DEL TRANSPORTE PÚBLICO TODOS LOS DÍAS, PARA QUIEN NECESITA UNA RAMPA, UN ESPACIO ADECUADO O UN APOYO ESPECÍFICO; LA MOVILIDAD NO ES SOLO DESPLAZAMIENTO: ES AUTONOMÍA, DIGNIDAD Y PARTICIPACIÓN PLENA EN LA VIDA URBANA. AHÍ ES DONDE INICIA LA CONVERSACIÓN REAL SOBRE ACCESIBILIDAD, UNA QUE VA MÁS ALLÁ DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO Y SE INSTALA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL TRANSPORTE.

Durante años, la accesibilidad fue vista como un requisito técnico o una adaptación posterior. Hoy, el enfoque está cambiando. Mercedes-Benz Autobuses entiende que una movilidad sin límites no se construye agregando soluciones al final del proceso, sino integrándolas desde el diseño, la ingeniería y la experiencia completa de uso. Pensar en accesibilidad es pensar en ciudades más incluyentes, en operadores más sensibles a las ne-





cesidades reales de sus usuarios y en sistemas de transporte que no dejan a nadie fuera.

Esta visión se traduce en unidades concebidas para facilitar el acceso universal: plataformas de acceso bajo, rampas funcionales, espacios definidos para personas con movilidad reducida, señalización clara y una ergonomía pensada para distintos perfiles de usuario. Pero también se expresa en algo menos visible y más pro-

fundo: una filosofía que asume que el transporte debe adaptarse a la diversidad humana, y no al revés.

Aquí es donde entra en juego la estrategia +Mercedes, un enfoque que impulsa cada decisión bajo principios claros: más liderazgo para transformar la movilidad, más excelencia en cada detalle, más innovación al servicio de las personas y más accesibilidad para que nadie quede fuera. Estos pilares no solo acompañan

el discurso, sino que se convierten en el estándar con el que evaluamos y construimos soluciones reales para México.

El compromiso de Mercedes-Benz Autobuses con la accesibilidad no se limita al producto. Implica acompañar a autoridades, operadores y socios estratégicos en la construcción de soluciones integrales. Desde la asesoría técnica hasta la capacitación, la marca impulsa una conversación más amplia sobre cómo hacer del transporte un habilitador de oportunidades. Porque cuando una persona puede subir a un autobús sin obstáculos, también puede acceder a un empleo, a la educación y a la vida social de su comunidad.

Desde la perspectiva del usuario, la accesibilidad no se percibe como un atributo técnico, sino como una experiencia cotidiana. Es el tiempo que no se pierde, la ayuda que no se tiene que pedir y la seguridad de saber que el sistema responderá





como debe. En ese nivel, la movilidad deja de ser un desafío para convertirse en una rutina confiable que se integra de manera natural a la vida diaria.

En ese contexto surge el Festival Mercedes-Benz Autobuses, una iniciativa que lleva esta visión al terreno donde realmente importa: la operación diaria. No como un evento aislado, sino

como una plataforma que acerca soluciones reales a quienes todos los días enfrentan rutas, costos, mantenimiento y decisiones financieras que no admiten margen de error. Presente a nivel nacional a través de una red de más de 80 distribuidores, esta propuesta busca eliminar barreras que históricamente han frenado la renovación y modernización de las flotas, y por ende, frenado a la sociedad

El Festival conecta directamente con +Mercedes, mostrando cómo estos pilares se llevan a la práctica: más oportunidades con financiamiento accesible, más crecimiento para renovar flotas, más rendimiento para mejorar la rentabilidad diaria, más respaldo de una red que nunca te deja solo y más tecnología que eleva el desempeño operativo.



El Festival no inventa esta filosofía: la amplifica. Permite mostrar, en un entorno vivo, lo que ocurre cuando la movilidad se concibe sin barreras. Cuando el transporte deja de ser un obstáculo y se convierte en un aliado cotidiano. Cuando subir, viajar y llegar no depende de condiciones físicas, sino de un sistema bien pensado y sostenido.

Hablar de movilidad sin límites es hablar del futuro, pero también del presente. De decisiones que se toman hoy en plantas de producción, mesas de diseño y estrategias operativas. Mercedes-Benz Autobuses ha asumido ese reto entendiendo que la accesibilidad no es sólo una elección comercial, sino una responsabilidad compartida que redefine el valor del transpor-



te público y privado.

Porque una ciudad que se mueve mejor es una ciudad que integra. Y cuando la accesibilidad se vuelve parte del ADN del transporte, el resultado no es solo eficiencia:

es una movilidad que entiende, acompaña y avanza con las personas. Eso es +Mercedes: más movilidad sin límites, más soluciones que transforman vidas y más compromiso con un México que avanza. **VL**

AUTOBUSES FORÁNEOS EL EJE TRANSVERSAL DE LA MOVILIDAD EN MÉXICO

EN NUESTRO PAÍS, LA MAYOR PARTE DE LA POBLACIÓN NO CUENTA CON RECURSOS NECESARIOS PARA MODIFICAR SU PREFERENCIA POR EL MODO DE TRANSPORTE, POR LO QUE RESULTA FUNDAMENTAL RENOVAR EL PARQUE VEHICULAR DE AUTOBUSES FORÁNEOS QUE CIRCULAN TODOS LOS DÍAS POR CARRETERAS MEXICANAS, ADQUIRIENDO UNIDADES CON INNOVACIONES TECNOLÓGICAS APOYANDO A LA MEJORA DEL MEDIO AMBIENTE Y CONFORT DE LOS PASAJEROS.

María H. Ramírez

Una de las terminales más emblemáticas de la Ciudad de México es la Central de Autobuses del Norte, ahí cientos de autobuses foráneos tienen su punto de partida y llegada a la capital del país. Un directivo nos invita a observar qué pasa con estas unidades. Explica que aquí se vive la realidad del sector y que, si bien es cierto que en los últimos años se han incorporado autobuses de última generación, también no se puede pasar por alto que hace falta mucha renovación vehicular para que este sector continúe ofreciendo servicios de alta calidad.

Desde 1970 a 2025 se han comercializado en nuestro país 81,819 autobuses foráneos, esto significa que en promedio se han incorporado 1,487 autobuses anualmente, según datos de la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT).

Actualmente comercializan en Mé-

xico esta clase de unidades las firmas más importantes del mundo como MAN, Mercedes-Benz, Scania y Volvo, en colaboración con firmas fabricantes de carrocerías como Beccar, Irizar, Marcopolo, entre otras.

La importancia de este sector se basa en que 92% de los traslados de ciudad a ciudad en nuestro país se realizan en autobuses de largas distancias, superando por mucho el traslado de pasajeros por la vía aérea. En este sector se encuentran grupos empresariales de los más importantes como Grupo Estrella Blanca, Grupo Flecha Amarilla, Grupo ADO, Grupo Toluca, Grupo Senda, Grupo IAMSA y líneas como Pullman de Morelos, Tufesa, Estrella Roja de Puebla que son los encargados de realizar todo el servicio a los usuarios.

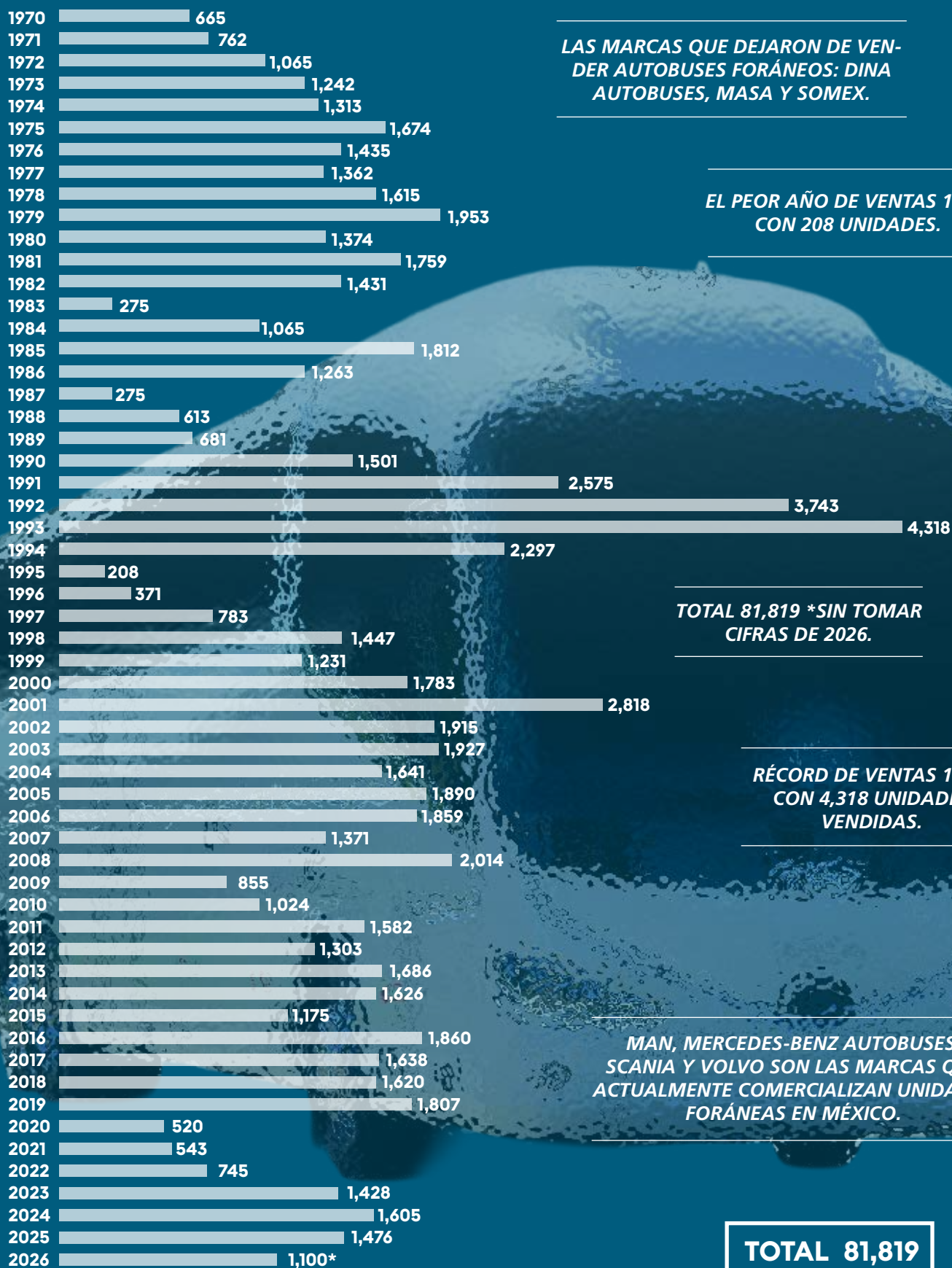
El mejor año de ventas de autobuses foráneos fue 1993, cuando se adquirieron 4,318 unidades, aunque después de ese año no se ha supera-

do la venta de 3,000 unidades y las ventas en promedio se han ubicado entre 1,700 y 1,800 unidades.

México, sin embargo, es uno de los mercados más importantes en la venta de autobuses foráneos; para Scania representa el segundo mercado a nivel mundial y por varios ha sido el número uno, para Volvo Buses está dentro de los primeros cinco, al igual que para Mercedes-Benz. En carrocerías es exactamente igual, por lo que Irizar tiene al mercado mexicano como el mayor consumidor de sus productos.

De hecho, dos de los autobuses de última generación como lo son el Volvo 9800 y el modelo Irizar i8 – puede estar en plataformas MAN, Mercedes-Benz, Scania y Volvo – tienen a México como su principal consumidor. El Volvo 9800 tiene a nuestro país como el único sitio en el mundo donde se comercializa; en el caso del Irizar i8, no existe otro país con más vehículos de este modelo en circulación. **VL**

AÑO UNIDADES COMERCIALIZADAS



LAS MARCAS QUE DEJARON DE VENDER AUTOBUSES FORÁNEOS: DINA AUTOBUSES, MASA Y SOMEX.

EL PEOR AÑO DE VENTAS 1995, CON 208 UNIDADES.

TOTAL 81,819 *SIN TOMAR CIFRAS DE 2026.

RÉCORD DE VENTAS 1993, CON 4,318 UNIDADES VENDIDAS.

MAN, MERCEDES-BENZ AUTOBUSES, SCANIA Y VOLVO SON LAS MARCAS QUE ACTUALMENTE COMERCIALIZAN UNIDADES FORÁNEAS EN MÉXICO.

TOTAL 81,819

*Pronóstico

KENWORTH

KENWORTH A TODA VELOCIDAD EN TRACTOS, VENDE 461 EN ENERO

El vehículo ícono de carga en México, el tractocamión sigue siendo territorio de la marca del guitarrón, Kenworth colocó al mayoreo 461 unidades en enero, esto es, el equivalente a 58.13% del total, en comparación con sus cifras alcanzadas en enero del año pasado, representó una caída de 54%, ya que había colocado 1,005 automotores.



El segundo lugar correspondió a International con un total de 181

unidades, esto es, 22.82%, del total. En este caso, la marca del diamante experimentó un crecimiento de 20.7%. El tercer lugar es para Freightliner con un total de 107 unidades, esto es, 13.49% del segmento, en este caso la marca dirigida por Marcela Barreiro experimentó una caída de 77.5%, ya que el año anterior, colocó 475 unidades.

PPG

PPG inauguró nuevos puntos de venta junto a PIAGA

Con el objetivo de elevar los estándares de servicio y disponibilidad para el sector industrial y arquitectónico, PPG inauguró un nuevo centro de distribución autorizado y tienda Comex en Nuevo León, en alianza con PIAGA y EXPERT GROUP.

Este nuevo complejo ha sido concebido como un hub integral de soluciones que unifica la operación y comercialización de recubrimientos para mercados críticos como el automotriz, manufactura, mantenimiento, construcción y aviación. Con esta infraestructura, EXPERT GROUP se posiciona como un actor clave en la modernización del sector, incorporando tecnologías como PPG MoonWalk™, el sistema automatizado líder en la igualación de color que transforma la eficiencia en los talleres.



AMTM

Aumento tarifario no alcanza para mantenimiento del transporte público

A tres meses de su aplicación, operadores del transporte público concesionados consultados por la AMTM señalan que el reciente incremento



de 1.50 pesos a la tarifa en la Ciudad de México ha resultado insuficiente para garantizar un mantenimiento adecuado de las unidades, mejorar las condiciones laborales de los operadores o avanzar hacia la profesionalización del servicio.

Explicaron que ese ajuste apenas representa “un respiro” frente al incremento generalizado de los insumos, cuyos precios se han elevado hasta en 300% en los últimos años. Llantas, refacciones y componentes mecánicos nuevos se han vuelto prácticamente inaccesibles, lo que obliga a los permisionarios a recurrir a refacciones de segundo uso, con impactos directos en la calidad y seguridad del servicio.



Usuarios ^{ANTP}
del transporte de carga

4° ENCuentro de Tecnología y Movilidad Sostenible

13 AL 15 DE ABRIL • HOTEL SUMIYA • JIUTEPEC MORELOS
CHARLAS CON EXPERTOS • DEMOSTRACIONES TECNOLÓGICAS • NETWORKING • Y MUCHO MÁS...

Regístrate en antp.org.mx/movilidadsostenible

FORÁNEOS

AUTOBUSES FORÁNEOS CRECE 36.1% EN ENERO

La venta de autobuses de larga distancia alcanzó en enero la cifra de 113 unidades, esto es, que experimentó un crecimiento de 36.1%, al pasar de 83 a 113 unidades. Les podemos adelantar que esto es gracias a que Scania tuvo un arranque muy fuerte.

Como han dicho los expertos que en México la población no cuenta con recursos necesarios para modificar sus preferencias por el modo de transporte por lo que resulta importante renovar el parque vehicular ofreciendo innovaciones tecnológicas apoyando la mejora al medio ambiente y confort a los pasajeros.



SCANIA

Scania arrasa en enero en autobuses foráneos con 78 unidades

El primer mes del año, arrojó cifras interesantes en el segmento de autobuses foráneos, donde Scania reportó 78 unidades de larga distancia, lo que representó 69% del total.

En comparación con las cifras alcanzadas el año anterior, la marca comandada por Alejandro Mondragón, aumentó 77.8%, ya que el primer mes del año anterior colocó 44 automotores, esto es, que vendió 34 unidades más. El segundo lugar corresponde a Volvo con 34 autobuses foráneos que representan 30% del segmento, el tercer lugar es para Mercedes-Benz Autobuses que desplazó un autobús.

VEMO

VEMO perfila inicio de la consolidación de la electromovilidad

Después de años de avance sostenido, la electromovilidad en México ha entrado a una nueva etapa. Si 2024 fue el preámbulo y 2025 marcó el punto de expansión del mercado, 2026 perfila un entorno de consolidación, donde los vehículos eléctricos (VE) dejan de ser una novedad para integrarse de forma más cotidiana a la movilidad del país.

“De cara al cierre de la década, el reto ya no es únicamente expandir el mercado, sino hacerlo con visión de largo plazo. El objetivo es consolidar un desarrollo constante, rentable y escalable para toda la región,



donde la planeación, la regulación y la inversión jugarán un papel decisivo”, explicó Constantino Rodrí-

guez, Head Comercial de VEMO, la cleantech mexicana pionera en la transición hacia la movilidad limpia en Latinoamérica.

Bajo esta visión, VEMO proyecta desplegar cerca de 23 mil conectores en su red de recarga pública y privada, VEMO Charging Network (VCN), e incorporar alrededor de 55 mil VE a su flota hacia 2030. Además, planea invertir más de 1,500 millones de dólares en los próximos cinco años para acelerar el despliegue de infraestructura, expandir su operación y fortalecer el ecosistema de electromovilidad en la región.

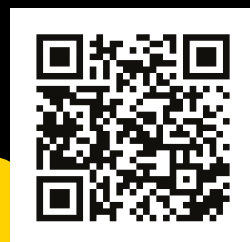


EXPO
PROVEEDORES
DEL TRANSPORTE
Y LOGÍSTICA

MONTERREY

20, 21 y 22 de mayo 2026
en CINTERMEX

Regístrate gratis
Escanea el código



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



SIGUENOS
EN NUESTRAS REDES SOCIALES

INFORMES:
81 8365 5522

 ExpoproveedoresDelTransporte
 @expoprov_mty
 expoproveedoresmti_oficial

www.expoproveedores.mx

RUTAS MUNDIALISTAS AL VAPOR

Parece que el tiempo le ha ganado a las autoridades de la Ciudad de México, en cuestiones del Mundial de Fútbol que se llevará a cabo en México, Estados Unidos y Canadá, ya que está diseñando algunas rutas mundialistas que serían las responsables de llevar a los miles de aficionados al estadio Azteca, o Banorte o CDMX como se llamará durante esta justa mundial.



Algunas de las marcas que fabrican y comercializan autobuses en Méxi-

co han sido invitadas a participar, aunque uno de los principales obstáculos es el tiempo de entrega, ya que las autoridades de la capital del país requieren las unidades en 60 días, algo que es casi imposible para la industria. Algunas de las marcas han desistido de participar, otras todavía siguen el proceso, sea como sea, nuevamente serán rutas diseñadas al vapor.

CISA

Necesario apoyar a la industria mexicana para establecer electromovilidad

El presidente de Grupo CISA, Jesús Padilla Zenteno, llamó a impulsar una electromovilidad pública que apoye a las industrias mexicanas para generar empleo y promover inversión interna, pero advirtió que México se tendrá que electrificar al ritmo que la infraestructura, la política y las entidades financieras lo permitan.

Es necesario visibilizar a la industria nacional, que la podamos probar para acompañarla y correr juntos los riesgos que esto implique, señaló durante su participación en el III LAC E-Mobility Salon, organizado por instancias internacionales como Cooperación Técnica Alemana (GIZ), el Banco Mundial y la Unión Internacional de Transporte Público (UITP), entre otras.



En un contexto donde las marcas chinas dominan el mercado de la electromovilidad, Jesús Padilla, principal operador de transporte público urbano en la Ciudad de México y otras entidades del país, sostuvo que este esfuerzo debe ser acompañado por las autoridades que “no nos pueden dejar solos en este intento” y explicó que hace falta buscar la mayor integración, porque las empresas nacionales están en desarrollo y por el momento no tienen una capacidad total.

FLEET CARE

Fleet Care de Bridgestone impulsa el desempeño en el autotransporte

En un entorno donde la gestión inteligente de flotas es un factor estratégico para el sector del autotransporte, Bridgestone Fleet Care se posiciona como una solución integral que transforma la operación de transportistas y conductores de carga, mejorando el desempeño de sus unidades y optimizando resultados del día a día.

Destaca también por ser un ecosistema completo que articula productos, servicios y datos para ofrecer soluciones reales y medibles que impulsan la operación de flotas con foco en eficiencia, seguridad y sostenibilidad. “Bridgestone Fleet Care refleja nuestra evolución como un socio integral para el autotransporte. No se trata solo de neumáticos, sino de combinar tecnología, análisis de datos y servicios confiables para ayudar a las flotas a optimizar su desempeño y enfrentar los retos actuales del camino”, compartió Daniela Rodríguez, Gerente de Bridgestone Fleet Care en Bridgestone México.

UNIDADES PESADAS

Sigue la caída en ventas de unidades pesadas, en enero cae 33.3%

La comercialización de unidades pesadas al mayoreo sigue en picada, en el primer mes del año, cayó 33.3%, al pasar de 2,515 a 1,677 automotores, esto es, que se dejaron de vender 838 vehículos de autotransporte.

En unidades de carga la caída es de 35.4% al pasar de 2,258 a 1,458, esto es, que se dejaron de colocar 800 unidades, en el segmento de pasaje la caída fue de 14.8%, al pasar de 257 a 219 unidades, esto es, 38 automotores menos. Sea como sea, la primera parte del año será fundamental para poder leer el escenario para las ventas del segundo semestre de 2026.



RYDER

RYDER EXPANDE SU HUELLA ESTRATÉGICA EN MONTERREY

Durante el primer semestre de 2025 la actividad industrial de Nuevo León acumuló un crecimiento de 4.6%, consolidando a la entidad como uno de los principales motores industriales de México, de acuerdo con datos del INEGI.

Para satisfacer los requerimientos de sus Clientes y responder a la demanda en la región, Ryder México, subsidiaria de Ryder System, Inc., líder en soluciones logísticas para la cadena de suministro, anunció la apertura de su nuevo complejo de almacenaje y distribución, en la zona metropolitana de Monterrey, Nuevo León. Una inversión estratégica que refuerza el compromiso de brindar soluciones integrales de logística a sus clientes.

S2G ENERGY

S2G Energy y AMPECO impulsan una de las flotas eléctricas

S2G Energy, la empresa líder en tecnología de electromovilidad de México, y AMPECO, la plataforma líder de gestión de carga para vehículos eléctricos, hicieron una alianza estratégica para impulsar una de las operaciones de flotas eléctricas más grandes de América Latina.

Con más de una década de experiencia en gestión energética, S2G Energy seleccionó a AMPECO



como la columna vertebral de su plataforma para ofrecer el software de gestión de datos para sus flo-

tas de entrega de última milla de misión crítica. La alianza permite a S2G Energy unificar las operaciones de carga, datos telemáticos e inteligencia de rutas en una sola plataforma que reduce el costo total de propiedad mientras asegura una confiabilidad de tolerancia cero, es decir, garantiza que las flotas salgan a ruta todos los días, evitando pérdidas de hasta 20 mil dólares al día por vehículo. **VL**

BRIDGESTONE

Bridgestone Apuesta por la Formación Continua y Multiplataforma

En un entorno industrial y automotriz en constante evolución, Bridgestone, reafirma su compromiso con el desarrollo de talento al fortalecer su estrategia de capacitación continua, enfocada en el crecimiento profesional, la eficiencia operativa y la optimización de recursos.

La compañía ha consolidado un programa de capacitación tecnológica y modular que promueve la continuidad en la formación de sus colaboradores, promoviendo que los participantes no solo inicien, sino que permanezcan y evolucionen dentro del proceso de aprendizaje.



SCANIA

Rodrigo Clemente toma el volante de Scania Finance México

En línea con su estrategia para fortalecer su presencia en el país y acompañar de manera más integral a sus clientes, Scania Finance anunció el nombramiento de Rodrigo Clemente como nuevo director en México. Esta designación marca una nueva etapa para la operación financiera de la marca, enfocada en profundizar la relación con flotilleros y transportistas a través de una propuesta de valor que integra soluciones de financiamiento, seguros y servicios a lo largo de todo el ciclo de vida de sus vehículos.

“Me entusiasma integrarme a Scania en México y asumir este reto en un momento clave. Mi prioridad es fortalecer una operación financiera más cercana y ágil, con soluciones integradas que respondan al negocio real de los transportistas y que acompañen al cliente desde la adquisición hasta la operación diaria de sus unidades”, señaló Rodrigo Clemente, nuevo director de Scania Finance en México.

MERCADO LIBRE

MERCADO LIBRE INAUGURA SU CENTRO DE CROSS DOCK MÁS GRANDE

Mercado Libre inaugura nuevo Centro de Cross Dock en el municipio de Cuautitlán Izcalli, Estado de México, el más grande de la compañía. Este centro es pieza clave en la estrategia de crecimiento y consolidación logística de la compañía, así como del compromiso de largo plazo con el desarrollo económico y social del país.



La apertura de este centro forma parte de una inversión realizada durante 2025 de \$657 millones

de dólares en el Estado de México, que también contempló la generación de más de mil empleos directos para el site, contribuyendo al dinamismo económico del Estado de México. Adicionalmente, la compañía fortalece la cadena de valor local, colaborando con proveedores, servicios logísticos, transporte y talento originario de la entidad.

MEXI COLVEN



**PARA AUMENTAR Y MEJORAR
LA RENTABILIDAD DE TU NEGOCIO**

VIGIA NM 344

**AUTOINFLADO ELECTRÓNICO PARA
LLANTAS DE TRACTOCAMIÓN**

**VIGIA ES AHORRO, RENDIMIENTO
Y SEGURIDAD**

Los beneficios de contar con este sistema
no solo se sienten en las carreteras,
**también se reflejan en la rentabilidad de sus
operaciones.**

MEXI COLVEN

www.mexicolven.com
Av. Artesanos 5161 -4 Colonia Artesanos
C.P. 45598 San Pedro Tlaquepaque, Jalisco
(33) 3659 3747



TRACTOCAMIONES KENWORTH DAF DE MONTERREY ES EL CONCESIONARIO PACCAR DEL AÑO

CRECIMIENTO, INNOVACIÓN, RETOS, PENSAR FUERA DE LA CAJA Y RENTABILIDAD HAN SIDO LAS CLAVES DE TRACTOCAMIONES KENWORTH DAF DE MONTERREY, PARA CONVERTIRSE EN EL CONCESIONARIO DEL AÑO.

Una de esas noches mágicas, es la que vivimos con el líder de ventas totales al mayoreo -planta concesionario- y menudeo -concesionario-transportistas- PACCAR México, reconoció el gran trabajo de sus red de concesionarios, durante el año anterior colocaron al menudeo un total de 5,743 -4,947 tractocamiones y 796 camiones.

Rodolfo Villarreal, Director General de Tractocamiones Kenworth DAF de Monterrey, afirmó que este resultado es como premio al trabajo de todo el equipo, ya que se llevaron el galardón más importante, pero también el de Mejor Desempeño en tractocamiones, en Unidades Totales Clase 8, estuvieron nominados en Refacciones, en la Financiera y alcanzaron la rentabilidad en todas las áreas del negocio.

El directivo explicó que durante 2025 comercializaron un total de 2,110 unidades de las cuales poco más de 90 fueron DAF, para este año el objetivo es al menos alcanzar 2,300 unidades vendidas.

Alejandro Novoa, Director General de PACCAR México, dijo que durante 2025 han convertido la incertidumbre en impulso, la complejidad en estrategia y las oportunidades en resultados sobresalientes.

“Esto gracias a un enfoque claro, disciplina constante y una comunicación efectiva. Nos hemos consolidado como líderes indiscutibles en el segmento de Clase Pesada marcando la diferencia en la industria, somos una red que transporta confianza”.

Agregó que su compromiso es seguir fortaleciendo las relaciones con sus clientes expandiendo su alcance y apostando por un crecimiento sostenible, ya que están enfocados en segmentos clave con alto potencial, donde su pasión por la calidad e innovación los posiciona con el portafolio más completo y tecnológicamente más avanzado del mercado.

“Cada uno de ustedes -concesionarios Kenworth -DAF - han sido pieza fundamental en este camino de éxitos. Estos premios, son símbolo del trabajo en equipo y la excelencia que nos define, que esta noche sea el reflejo de lo que somos capaces de alcanzar juntos”.

Juan Leonardo Fiorentini, Director General Adjunto – Comercial, comentó que después de tener un gran año en 2025, ahora están enfocados en nuevos desafíos, donde la red de concesionarios jugará un papel fundamental.

“Reconocemos todas las áreas del negocio no solo el Concesionario del año, sino a las diferentes áreas de negocio reconociendo el desempeño que se tuvo en el 2025”.

Estos son los Concesionarios con Mejor Desempeño:



Concesionario del Año 2025:
TRACTOCAMIONES KENWORTH DAF DE MONTERREY



**Mejor Desempeño en la Venta de DAF:
KW DAF METROPOLITANOS**



**Mejor Desempeño en Venta y Soporte a
Componentes Propietarios:
KENWORTH DAF DEL SUR**



**Mejor Desempeño en Servicio:
TRACTOCAMIONES KENWORTH DAF DE
CHIHUAHUA**



**Mejor Desempeño en Refacciones:
KENWORTH DAF CDMX**



**Mejor Desempeño en PACCAR Financial México:
KENWORTH DAF DEL SUR**



**Mejor Desempeño en PacLease Mexicana:
KENWORTH DAF DEL BAJO**



**Mejor Desempeño en Administración:
TRACTOCAMIONES KENWORTH DAF DE
CHIHUAHUA**



**Mejor Desempeño en Tractocamiones:
TRACTOCAMIONES KENWORTH DAF DE
MONTERREY**



**Mejor Desempeño en Camiones Pesados Clase 8:
KENWORTH DAF DEL CENTRO**



**Mejor Desempeño en Unidades Total Clase 8:
TRACTOCAMIONES KENWORTH DAF DE
MONTERREY**

Concesionarios que rompieron un récord:

- Kenworth DAF del Sur
- Tractocamiones Kenworth DAF de Chihuahua
- Kenworth DAF del Noroeste
- Kenworth DAF Anáhuac
- Kenworth DAF CDMX
- Kenworth DAF de la Huasteca
- Kenworth DAF de Michoacán
- Kenworth DAF de La Laguna
- Kenworth DAF del Río Bravo

Concesionarios que rompieron dos récords:

- Kenworth DAF del Este
- Kenworth DAF del Centro
- Kenworth DAF Distribuidora de Sonora
- Kenworth DAF Sinaloense

Concesionario que rompió tres récords:

- Kenworth DAF de Jalisco

Concesionarios que alcanzaron los objetivos de rentabilidad en todas las áreas.

- Kenworth DAF del Sur
- Kenworth DAF del Este
- Kenworth DAF de Jalisco
- Tractocamiones Kenworth DAF de Monterrey
- Kenworth DAF del Noroeste
- Kenworth DAF del Bajío
- Kenworth DAF CDMX



GRUPO FLECHA AMARILLA REDUCE 14% EL USO DEL CELULAR AL VOLANTE Y FORTALECE SEGURIDAD Y EFICIENCIA

GRUPO FLECHA AMARILLA, EMPRESA MEXICANA DE MOVILIDAD CON 93 AÑOS DE EXPERIENCIA, REDUJO EN 14% EL USO DEL TELÉFONO CELULAR AL CONDUCIR ENTRE 2024 Y 2025, TRAS IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA INTEGRAL BASADA EN DATOS, CAPACITACIÓN PERSONALIZADA Y TECNOLOGÍA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL DE SAMSARA INC., PIONERA DE LA PLATAFORMA DE OPERACIONES CONECTADAS®. LO ANTERIOR PERMITIÓ OPTIMIZAR EL RASTREO DE SUS MÁS DE DOS MIL VEHÍCULOS, REDUCIR LA CARGA OPERATIVA DE LOS EQUIPOS DE MONITOREO Y OBTENER INFORMACIÓN CONFIABLE PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Este logro es especialmente relevante en un sector donde la distracción al volante continúa siendo uno de los principales riesgos viales. De acuerdo con el informe El Estado de las Operaciones Conectadas: Conducción distraída en las operacio-

nes físicas de Samsara, 79% de los conductores comerciales a nivel mundial experimentaron al menos un “casi accidente” en 2025 debido a distracciones, principalmente por el uso de dispositivos móviles. Por su parte, la Organización Mundial de la Salud (OMS) advier-

te que los conductores que utilizan el teléfono mientras manejan tienen hasta cuatro veces más probabilidades de verse involucrados en un accidente de tránsito.

Grupo Flecha Amarilla ha buscado de manera constante incrementar

su eficiencia operativa y fortalecer la seguridad tanto de pasajeros como de conductores. La adopción de soluciones tecnológicas alineadas con su misión de ofrecer el mejor servicio de movilidad se ha convertido en el eje de su transformación.

“Antes de Samsara, trabajamos con cuatro plataformas distintas y cientos de analistas monitoreando todos los vehículos. Es decir, no contábamos con una plataforma que integrara toda la información operativa”, señaló Juan Pablo Martín Yamin, Director Corporativo Comercial de Grupo Flecha Amarilla.

Estas múltiples plataformas se utilizan para funciones como geolocalización, puntualidad y monitoreo; sin embargo, la visibilidad de la flota era limitada, lo que dificulta la toma de decisiones en tiempo real, y los métodos tradicionales de capacitación no reflejaban los comportamientos reales de conducción, ni atendían riesgos específicos en ruta.

Grupo Flecha Amarilla centralizó el monitoreo de su flota mediante la adopción de la tecnología de Samsara, implementando: 1,600 terminales telemáticas, integradas vía API en una sola plataforma.

Automatización de alertas críticas, enfocadas en eventos relevantes como paradas no programadas o aperturas de puertas.

Sensores de puerta y de temperatura, para garantizar condiciones adecuadas a bordo y reducir riesgos para conductores y pasajeros.

1,600 cámaras de tablero con IA, capaces de identificar comportamientos de riesgo y generar alertas en tiempo real.



Adicionalmente, como centro de capacitación de operadores autorizado por la Secretaría de In-

fraestructura, Comunicaciones y Transportes (SICT), Grupo Flecha Amarilla ha basado sus esquemas de capacitación y operación en: Programas de capacitación personalizada, sustentados en datos reales de conducción.

La transición de un modelo reactivo a uno preventivo, con mayor control de la operación diaria.

Automatización de procesos de seguimiento y notificaciones en tiempo real a clientes sobre el inicio y término de los servicios. **VL**



EXPO PROVEEDORES PUEBLA 2026 PUNTO ESTRATÉGICO PARA EL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

UNA VEZ MÁS, EXPO PROVEEDORES DEL TRANSPORTE Y LOGÍSTICA EN PUEBLA REUNIÓ A LOS EXPERTOS EN LA INDUSTRIA DEMOSTRANDO LA FORTALEZA DE ESTA RAMA ECONÓMICA, LA CUAL ES PUNTO ESTRATÉGICO PARA EL MOVIMIENTO DE MERCANCÍAS.

Marco Hernández G. / enviado.

PUEBLA, PUE.- Con un total de 210 empresas expositoras entre nacionales e internacionales, así como un piso de exhibición de 13,500 metros cuadrados y poco más de 6,500 visitantes esta muestra se consolida como una de las más importantes en la región centro-sur de nuestro país.

La directora ejecutiva de Convenciones y Parques, Michelle Talavera, destacó que este tipo de eventos fortalecen la proyección nacional de Puebla como nodo logístico y sede estratégica para la industria de reuniones, al generar espacios de vinculación, negocios e intercambio de conocimiento entre los distintos actores del sector, acorde a la visión

transformadora que promueve el Gobierno del Estado.

En la inauguración estuvieron presentes la senadora Liz Sánchez; Luis Ruiz, director general de Autotransporte Federal; Miguel Ángel Martínez Millán, presidente de la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (Canacar), así como

Juan Manuel Vega, subsecretario de Transporte e Infraestructura del estado de Puebla, entre otras autoridades federales y estatales.

Miguel Ángel Martínez Millán, presidente de la Canacar, dijo que Puebla se consolida como un espacio abierto a la inversión, al diálogo entre la iniciativa privada y las autoridades, y al fortalecimiento de un sector que resulta indispensable para el crecimiento regional y nacional.

Para el líder de los autotransportistas de carga de nuestro país, el autotransporte de carga reafirma su papel como un sector estratégico para el desarrollo económico nacional, al garantizar la movilidad de mercancías, el fortalecimiento del comercio y la competitividad de México en los mercados nacionales e internacionales.

En la exposición los visitantes tuvieron la oportunidad de conocer a detalle, los camiones de las marcas participantes como: Dong Feng, Sitrak, así como las diferentes marcas de remolques y proveedores que exhibieron sus líneas de productos. **VL**



DONGFENG CON NUEVOS DESAFÍOS EN MÉXICO



Philipp Heldt, gerente general de Dongfeng en México, dijo que durante 2025 lograron ventas cercanas a las tres mil unidades en un mercado retador para todas las marcas, lo que ha permitido consolidar su presencia al contar con una red de distribuidores de 27 puntos, con lo cual tienen una cobertura en gran parte del país. “Una de las grandes noticias es que ahora somos el distribuidor exclusivo de Dongfeng en México, contamos con uno de los portafolios más amplios del mercado, desde Pick Up, unidades última milla en todos los segmentos tenemos presencia”.

“Estamos muy contentos con los resultados de 2026 arrancamos de manera muy positiva, este año será de novedades, buenas noticias, y crecimiento”.



ALIANZA ESTRATÉGICA ENTRE SCANIA Y GIZ IMPULSARÁN A LAS MUJERES EN EL TRANSPORTE

SCANIA, Y LA GIZ (DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT GMBH), ORGANISMO DEL GOBIERNO ALEMÁN ESPECIALIZADO EN COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE, ANUNCIARON UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA PONER EN MARCHA EL PROYECTO DE ASOCIACIÓN PÚBLICO-PRIVADA (DEVELOPPP) MUJERES CONDUCIENDO EL CAMBIO, ES UNA INICIATIVA INTEGRAL DE CAPACITACIÓN ORIENTADA A INCREMENTAR DE MANERA SIGNIFICATIVA LA EMPLEABILIDAD DE MUJERES EN LA INDUSTRIA DEL TRANSPORTE EN MÉXICO.



El proyecto develoPPP es una iniciativa de la GIZ que busca fomentar prácticas sostenibles y mejorar las condiciones de vida en países en desarrollo. Trabaja en colaboración con empresas privadas para implementar proyectos que promuevan la sostenibilidad ambiental, social y económica.

Este proyecto busca fortalecer las habilidades técnicas, profesionales y blandas de las participantes,

generando un impacto real y sostenible en el sector durante los próximos tres años, y consolidando una visión de largo plazo basada en la inclusión, la competitividad y la sostenibilidad.

Con una sólida presencia en México y un enfoque centrado en la transformación sostenible del transporte, Scania impulsa soluciones que integran innovación, eficiencia y responsabilidad social. En conjunto con la GIZ en México, que colabora



desde hace más de cuatro décadas con los sectores público y privado para reducir emisiones, mejorar la calidad de vida y fortalecer la justicia social, esta alianza busca traducir objetivos globales en acciones concretas con impacto social, económico y ambiental.

El proyecto Mujeres Conduciendo el Cambio tiene como propósito mejorar la empleabilidad de mujeres en el sector formal del transporte mediante formación técnica, desarrollo de habilidades profesionales y esquemas de vinculación laboral, al tiempo que impulsa un cambio cultural hacia prácticas más inclusivas y sostenibles en una industria estratégica para el desarrollo del país.

Alejandro Mondragón, Presidente y CEO de Scania México, dijo que están muy contentos con la colaboración, ya que GIZ estuvo con ellos en la cuarta generación y les encantó lo que están haciendo, por lo que empezaron a trabajar, se inscribió el programa en la base que GIZ tiene para transformar la sociedad y resultó ganadora.

El premio es el equivalente a un millón de dólares que pondrá GIZ y una cantidad similar Scania México, con el objetivo de poder capacitar al menos 300 mujeres en el sector transporte (entre técnicas,



ingenieras y conductoras), fortaleciendo de manera sostenida la base de talento especializado y contribuyendo a una transformación más inclusiva, profesional y sostenible de la industria en México.

La iniciativa permitirá formar conductoras, técnicas e ingenieras, fortaleciendo una nueva generación de talento especializado que responda a los principales retos del sector: la escasez de personal calificado, la necesidad de mayor diversidad y la transición hacia modelos de transporte más eficientes y responsables.

“El sector enfrenta una escasez histórica de talento. Apostar por la inclusión no solo es lo correcto, es parte de la solución”, añadió el directivo.

Además de la capacitación directa, el proyecto contempla talleres de sensibilización dirigidos a empresas del sector y a instituciones educativas, con el objetivo de promover políticas de inclusión, reducir sesgos en los procesos de contratación y elevar la calidad de la formación para posiciones clave dentro del transporte.

“Desde la Cooperación Técnica Alemana, GIZ, nos enorgullece que nuevas alianzas como la que hoy celebramos con la empresa sueca Scania se traduzca en nuevas oportunidades para las mujeres, sus familias y su entorno en México. Aprovechar el talento femenino en un sector tradicionalmente masculinizado, como el de transporte, muestra un salto hacia la transformación”, comentó la Dra. Silke Silva Meléndez, Primera Secretaria para la Cooperación de la Embajada de la República Federal de Alemania en México.

Tanto Scania como la GIZ coinciden en que este programa no busca solo fortalecer capacidades, busca cambiar la forma en que el sector transporte entiende el talento, la inclusión y la sostenibilidad y con esta colaboración, reafirman su compromiso de liderar con responsabilidad, impulsando soluciones que generan impacto real hoy y construyen capacidades para el futuro del transporte en México. **VL**

SCANIA APROVECHA LOS CASCABELEOS DEL MERCADO Y ACELERA SU VELOCIDAD

ALEJANDRO MONDRAGÓN, DIRECTOR GENERAL Y CEO DE SCANIA MÉXICO, MUESTRA SU VISIÓN DE LO QUE VIENE DESPUÉS DE LA CRISIS EN LA INDUSTRIA DE VEHÍCULOS PESADOS EN MÉXICO EL AÑO PASADO Y CUENTA CÓMO SU EMPRESA LO VE DESDE OTRO PUNTO DE VISTA.



Marco Hernández G.

Alegre, muy alegre se ve Alejandro Mondragón, el director general y CEO de Scania México, nos recibe contento, nos hace cambiar de oficina para estar más a gusto, ahora estamos en una más amplia en su corporativo de la Ciudad de Querétaro, habla como siempre de libros de cómo los puede aplicar a su vida profesional y a su vida diaria.

El directivo explica que después de dos buenos años -2023-2024- se encontraron con una baja en el mercado de 55% al mayoreo y 32% al menudeo, para Scania han sido dos años duros que los simplifica de la mejor forma.

En 2025 recuperaron el liderazgo en autobuses foráneos, después de cinco años, son el número 1 en la venta de tractocamiones chatos en México y de pasadita recuerda que en los últimos cinco años ha colocado poco más de siete mil tractocamiones chatos en la República Mexicana. “Nada mal, explica”.

Reconoce que el mercado mexicano de unidades pesadas se cayó de manera terrible en los últimos 12 meses, pero explica que este fenómeno le ha dejado lecciones. La primera que los mercados de carga y pasaje son totalmente distintos, con ciclos de compra, uso y venta distintos, con clientes totalmente diferentes.

“Es tiempo de invertir en el país, México sigue siendo para el corporativo una prioridad, aprovechamos para tener más presencia en México, con mejores ubicaciones más bahías de servicio, incrementamos nuestra red de servicio en 100% en metros cuadrados y hemos contratado cientos de mecáni-



cos, cuando el mercado se recupere esperamos estar corriendo a su misma velocidad o tal vez más rápido, por eso seguimos invirtiendo”.

Añadió que, en su convención nacional de ventas, hablaron de sus logros en 2025 y los retos y desafíos para 2026, en camiones esperan superar las mil unidades, con proyecciones que los pueden hacer más fuertes en el mercado y en autobuses foráneos la meta es llegar a las 550 unidades y volver a colocarse como los líderes indiscutibles del mercado.

“En autobuses foráneos duplicamos nuestro market share, en 2025 finalizamos con 55% del mercado para

recuperar el liderazgo, en camiones en cinco años colocamos más de siete mil unidades chatas, eso también tenemos que celebrarlo y aprender de esos retos”.

En 2023, todos los elementos se alinearon para que Scania alcanzara metas importantes, como Alejandro lo llama fue un “Cisne Dorado”, “ahora vamos a trabajar para que todos los elementos posibles se vuelvan a alinear y poder conseguir resultados más positivos”.

Uno de los factores que más afectó en los últimos meses ha sido la incertidumbre, pero el Producto Interno Bruto (PIB), no cayó en 2025, obtuvo un 0.07% de crecimiento, se logró la mayor cantidad de inversión extranjera directa, lo que hace falta es la inversión pública privada doméstica o un esquema mixto como el que hace unas semanas se anunció.

Lo que reconocen los empresarios del autotransporte es que las llantas se siguen moviendo tanto en el mercado de carga como de pasaje, con tarifas complicadas, pero que las flotas deberán renovar su flota vehicular para ser más productivas.

La estrategia de Scania seguirá, con especialistas en sus dos mercados, uno en pasaje y otro en carga, con líderes en ambos segmentos, en carga viendo grandes flotas y Retail. “Estamos por el camino correcto, debemos seguir con más fuerza”.

Alejandro sigue visitando clientes en prácticamente todo el país, lo mismo para el segmento de carga que para pasaje. “El equipo está motivado, por eso estamos convencidos de que alcanzaremos nuestras metas”, finalizó. **VL**



DAVID HERNÁNDEZ TAMBIÉN TOMA EL VOLANTE DE VEHÍCULOS USADOS SCANIA

SCANIA CONTINÚA FORTALECIENDO SU DIVISIÓN SCANIA SEMINUEVOS Y MULTIMARCA EN MÉXICO COMO UNA ALTERNATIVA CADA VEZ MÁS SÓLIDA PARA EL SECTOR DEL AUTOTRANSPORTE, CON UNA OFERTA QUE COMBINA VEHÍCULOS CONFIABLES, ESQUEMAS FLEXIBLES DE ADQUISICIÓN Y RESPALDO INTEGRAL DE LA MARCA.

Esta línea de negocio se consolida como parte estratégica del portafolio comercial de Scania al ofrecer soluciones que ayudan a las flotas a mantener su operación y rentabilidad, a través de precios competitivos, procesos de inspección y acondicionamiento con estándares de marca, así como un alto valor de reventa, factores clave para la continuidad operativa y la toma de decisiones de inversión.



A través de su marketplace digital y de su red nacional de sucursales, Scania facilita el acceso a unidades seminuevas y multimarca con información clara y acompañamiento especializado, reforzando una experiencia de compra más ágil y confiable para el cliente, desde la selección del vehículo hasta la operación en ruta.

Como parte de este proceso de consolidación, Scania anuncia el inicio de funciones de David Hernández como Gerente de Cuentas Corporativas y Vehículos Usados, con el objetivo de acelerar el posicionamiento de los vehículos seminuevos como una opción competitiva y confiable, así como seguir ampliando la propuesta Multimarca para atender las necesidades actuales del mercado.

Con estas acciones, Scania reafirma su compromiso de acompañar a sus clientes durante todo el ciclo de vida del vehículo, ampliando su propuesta de valor y ofreciendo confianza garantizada en cada decisión de inversión. **VL**



50 ESTRELLAS LLEGAN A REVOLUCIONAR LA MOVILIDAD DE NUEVO LEÓN

MERCEDES-BENZ AUTOBUSES REAFIRMA SUS 28 AÑOS DE LIDERAZGO INDISCUTIBLE EN EL MERCADO MEXICANO AL ENTREGAR 50 UNIDADES DE ÚLTIMA GENERACIÓN AL INSTITUTO DE MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD DE NUEVO LEÓN (IMA). CON EL SELLO DE ORGULLO “HECHO EN MÉXICO” Y ENSAMBLADAS LOCALMENTE EN “LA CASA DEL AUTOBÚS” EN GARCÍA, N.L., ESTAS UNIDADES MODELO OH 1624/52 L TORINO NO SOLO REPRESENTAN TECNOLOGÍA DE PUNTA, SINO EL COMPROMISO INQUEBRANTABLE DE LA MARCA DE LA ESTRELLA POR OFRECER SOLUCIONES DE MOVILIDAD URBANA QUE COMBINAN SEGURIDAD, INCLUSIÓN Y LA MÁXIMA EFICIENCIA OPERATIVA PARA LOS NEOLEONESES.

Entendiendo que el transporte público es el motor del desarrollo social, las 50 unidades están equipadas con características que priorizan la comodidad del pasajero:

Climatización Integral: Un sistema de aire acondicionado de alta capacidad diseñado para las temperaturas extremas de la región.

Inclusión Total: Mecanismos de acceso para sillas de ruedas, garantizando que el transporte sea accesible para todos los grupos de la población.

Conectividad y Seguridad: Servicio de Wi-Fi gratuito para los usuarios y sistemas de cámaras de seguridad integrados, conectados directamente para monitoreo, brindando tran-



quilidad a las familias que utilizan el servicio.

Este despliegue beneficiará directamente a miles de usuarios a través de la Ruta 98 Héroes de Capellanía – Palacio de Hierro. Este trayecto es vital para la conectividad laboral, educativa y en general, iniciando su recorrido en el municipio de

García, atravesando Santa Catarina y culminando en el municipio de San Pedro Garza García (Palacio de Hierro). Con esta implementación, se reduce el tiempo de espera y se incrementa la frecuencia de paso en una de las arterias más dinámicas del estado.

La Estrella de las Tres Puntas celebra 28 años de ser la columna vertebral del transporte en el país. La marca alemana continúa evolucionando, integrando tecnologías limpias y sistemas de gestión de flota que permiten a los operadores optimizar el consumo de combustible y reducir la huella de carbono, alineándose con las visiones de sustentabilidad de los gobiernos estatales modernos, por eso, hoy más que nunca: + Mercedes. **VL**



VIPAL ESTAR CERCA DEL AUTOTRANSPORTISTA DE FORMA PROPOSITIVA LA CLAVE

AMARAMH VELÁZQUEZ, GERENTE COMERCIAL PARA MÉXICO Y CENTROAMÉRICA DE CAUCHOS VIPAL SABE QUE ES EL MOMENTO IDEAL PARA FORTALECER SUS OPERACIONES EN MÉXICO. TENÍA DOS CAMINOS A SEGUIR, EL PRIMERO CONTINUAR CON LA INERCIAS DEL MERCADO, EL SEGUNDO, DECIDIRSE A TOMAR LAS RIENDAS DE LA SITUACIÓN, INVERTIR, REFORZAR LA PLANTILLA E IR A CONQUISTAR EL MERCADO, ESTA ES LA OPCIÓN QUE HAN TOMADO.

Marco Hernández G.

Este año es clave para los planes de Vipal a corto, mediano y largo plazo, están preparados para desarrollar nuevos negocios como fabricantes que a su vez trasladará a su Red Autorizada de Renovadores.

El directivo que después de varios años, regresa al mercado mexicano, para hacerse cargo de parte comercial de Vipal, explicó que está visitando a la Red Autorizada de Renovadores de la marca.

“No paramos de poner nuestro mayor empeño por conseguir nuestras encomiendas y propósitos. Me siento muy feliz por la confianza de Vipal y por mis amigos y compañeros con los cuales vuelvo a coincidir después de tanto tiempo. Estoy recordando y reconociendo todos los lugares tan queridos de mi hermoso México”.

Agregó que le interesa fortalecer sus sucursales, estar cerca de los autotransportistas, no solo de manera reactiva, sino propositiva, ya que los negocios serán generados por ellos, en beneficio de la Red Autorizada de Renovadores.

“No estamos pensando en el crecimiento orgánico a través de nuestros renovadores, sino al revés asumir la responsabilidad como fabricantes, estamos convencidos de que este será un gran año de éxitos, contamos con un producto de primer nivel, ahora debemos estar cerca de los autotransportistas, ponernos en sus zapatos, o en este caso en sus llantas y poder resolver sus problemas”.

Para ello, el equipo de Vipal se reforzará con un integrante más que será de desarrollo de flotas, que estará directamente desde el corporativo, su trabajo será participar en todas las licitaciones posibles de transporte en México, con la meta de traer a la red y poder atenderlos.

Vipal será más asertivo, ya que apostarán fuer-

temente al crecimiento, el cual podría ser de entre 10-15% en los próximos tres años. Para ello, cuenta con una línea de productos para todos los mercados: La línea Vipal, su gama premium; Ruzi, segmento intermedio, y PB, con bandas de buena calidad a precios más accesibles.

Recordó que el renovado es una de las mejores opciones para los autotransportistas mexicanos, por el momento competirán contra las llantas chinas de mala calidad, la clave, será demostrar que las llantas renovadas con pisos Vipal ofrecen mayor vida útil, mejor desempeño y costo por kilómetro.

“La inversión de una llanta china de mala calidad pareciera ser atractiva, en realidad es mucho más atractivo invertir en un renovado que va a triplicar el desempeño kilométrico. Es ahí donde abrimos espacios, con mejores rendimientos y la posibilidad de seguir renovando”.

El directivo explicó que Vipal cuenta con un gran equipo comercial y técnico, integrado por Hugo Rodríguez y Lionel Orpineda, así como su equipo de logística. “Somos un equipo que tiene bien definido que es lo que queremos y vamos a ir por todo”.

Explicó que Vipal cuenta con presencia en 90 países, es líder de mercado de renovado más grande de Latinoamérica. Tiene más de 300 plantas renovadoras en su red autorizada. Cuenta con una capacidad productiva de 22 mil toneladas mensuales. En México y América Latina, están utilizando la maquinaria de la empresa que hace que todos los procesos sean con estándares internacionales.

“Tenemos toda la intención de invertir donde sea necesario, cada peso que se invierta debe tener un retorno en beneficio de nuestros renovadores. Vamos a trabajar muy fuerte, tenemos planes de capacitación, ventas técnicas, desarrollo de flotas, vamos a convencer a las flotas con argumentos técnicos, ecológicos y económicos para hacer a nuestros clientes más competitivos”. **VL**



TOURWAY PRESENTA SUS VANES T6 Y T8 A LA ANTT

UNO DE LOS MERCADOS MÁS COMPETIDOS COMO LO ES EL DE LAS VANES, TIENE UN NUEVO JUGADOR EN NUESTRO PAÍS, SE TRATA DE TOURWAY, QUE DESPUÉS DE MÁS DE UN AÑO, DE DESARROLLO TIENE LISTAS SUS VANES TURÍSTICAS T6 Y T8, LAS CUALES SE DESARROLLARON CON BASE EN LAS NECESIDADES DEL MERCADO MEXICANO

Marco Hernández G.

Gustavo Armendáriz, director general de Tourway México, dijo que estas unidades han sido desarrolladas especialmente para fortalecer la competitividad, eficiencia operativa y rentabilidad del transporte turístico en México.

“Sabemos de la importancia de la Alianza Nacional de Transportadoras Turísticas (ANTT), por lo que hemos planeado una demostración técnica y asesoría directa, para generar un espacio de diálogo y colaboración en beneficio de todos”.

Agregó que Tourway cuenta con dos versiones: la Tourway T6, que



cuenta con una longitud de seis metros, con capacidad para 17 pasajeros y la T8, con longitud de 7.5 metros con capacidad hasta de 22 pasajeros.

El directivo explicó que con estas

dos unidades estarán “conquistando” el segmento turístico y ejecutivo, las dos unidades cuentan con motores que cumplen con la norma Euro 6, de cuatro cilindros con una potencia de 133 caballos de fuerza a 2,950 rpm.



En la primera etapa del proyecto las unidades están siendo importadas de China vía marítima llegando al Puerto de Lázaro Cárdenas, desde donde se distribuyen a los puntos de venta, en la segunda etapa se espera que sean ensambladas en México, incorporando autopartes nacionales. “Con ello, estaremos supervisando el control de calidad y refacciones”.

César Gamba, director de Operaciones de Tourway, afirmó que ambas unidades están pensadas para las necesidades del mercado mexicano, con colinas, valles, planos, carreteras en buen estado, en mal estado, en lugares áridos, o en playas, por lo que su configuración mecánica es ideal para nuestro país.

Reconoció que han tomado todas las ideas y necesidades de las principales agrupaciones de transporte turístico en México, por lo que esperan superar las expectativas de sus clientes. Por ahora, están listos para empezar a levantar pedidos y abastecerlos lo más rápido posible.

Lily Leal Romo, presidente de la Alianza Nacional de Transportadoras Turísticas (ANTT), explicó que las unidades han sido desarrolladas con base en las necesidades de muchos de sus socios, quienes han hecho una serie de peticiones, las cuales han visto



reflejadas en las Tourway T6 y T8.

“Están perfectas, claro, siempre existen áreas de mejora como con todos los fabricantes. Por ahora, estamos satisfechos con el resultado final, veremos cómo será su comportamiento en el día a día de cada uno de los autotransportistas de turismo”.

Como parte de la presentación los integrantes de la ANTT, realiza-



ron una serie de pruebas de manejo para conocer un poco más del comportamiento de las unidades, así como de algunos de los aditamentos con los que vienen configuradas las unidades, como los asientos, aire acondicionado, suspensión y obviamente el motor.

Se espera que en las siguientes semanas estén listas las concesionarias de la marca y poder empezar a comercializar de forma masiva las unidades. **VL**



VOLVO TRUCKS MÉXICO FORTALECE SU PRESENCIA EN EL SURESTE DEL PAÍS

VOLVO TRUCKS HIZO LA ENTREGA OFICIAL DE LA FLOTA MÁS GRANDE DE CAMIONES CABOVER EFECTUADA HASTA LA FECHA EN EL SURESTE DEL PAÍS, DESTINADA A MTC, CON UN TOTAL DE 35 UNIDADES VOLVO FH, OPERACIÓN QUE MARCA UN HITO PARA VOLVO EN ESTA REGIÓN ESTRATÉGICA.

Alexandre Linhares, director de Ventas de Volvo Trucks México, dijo que esta entrega representa la confianza que ha construido con sus clientes, las unidades están configuradas para ser utilizadas en configuración full-doble semirremolque-.

El directivo dijo que durante 2025 colocaron 110 unidades en el mercado mexicano, muy buenas para ser el año de retorno de la empresa, para este la expectativa es colocar al menos entre 300-400 unidades. “Poco a poco los auto-transportistas van conociendo las bondades del Volvo FH, estamos seguros de lograr esos números”.

Natalia Márquez, gerente de ventas de la zona sur dijo que esta entrega representa un paso importante para la marca, estos tractos Volvo FH, están equipados con un motor



de 540 caballos de fuerza Euro 6, los cuales estarán circulando en las carreteras de Veracruz, Guerrero, Estado de México y Oaxaca. “Una parte importante de esta operación ha sido Volvo Financial Services que nos ha dado la confianza para la venta de las unidades.

Los 35 tractocamiones Volvo serán respaldado por la concesionaria Xell Trucks, la cual cuenta con instalaciones en Puebla, Estado

de México, Córdoba y Monterrey, Nuevo León.

Wily Lechuga, gerente de ventas nacional de Xell Trucks, explicó que les tocará respaldar la operación de estos 35 tractocamiones, recordó que cuentan con técnicos capacitados para ofrecer soporte a este tipo de unidades.

Los tractocamiones Volvo FH se distinguen como una propuesta integral de seguridad, calidad y eficiencia, inigualable en su segmento. Incorpora tecnología de eficiencia de combustible en su tren motriz compuesto por un motor D13K y transmisión I-Shift de 7ma generación; así como todos los elementos de seguridad activa y pasiva disponibles como equipamiento de línea. Estas combinaciones lo hacen el aliado ideal para optimizar la operación e impulsar la rentabilidad del negocio. **VL**

VOLKSWAGEN CAMIONES Y BUSES CELEBRA 45 AÑOS DESDE SU CREACIÓN, CON UNA TRAYECTORIA LLENA DE ÉXITOS. RECONOCIDA COMO UNA DE LAS PRINCIPALES MARCAS DE VEHÍCULOS COMERCIALES A NIVEL MUNDIAL, LA EMPRESA HA INVERTIDO MÁS DE R\$ 7.5 MIL MILLONES DE REALES DESDE EL INICIO DE SUS OPERACIONES EN 1981, CON EL OBJETIVO DE CONSOLIDAR SU PRESENCIA GLOBAL Y DESARROLLAR MÁS DE CIENTO MODELOS QUE HAN TRANSFORMADO EL MERCADO A LO LARGO DE SU HISTORIA.



VOLKSWAGEN CAMIONES Y BUSES CELEBRA 45 AÑOS DE ÉXITOS

Presente en más de 30 países, Volkswagen Camiones y Buses (VWCB) se distingue por su estrategia a la medida, en la que siempre prioriza el lema “menos no quieres, más nos necesitas”, filosofía con la que conquistó el mercado. Fue con este concepto que despuntó en la industria y alcanzó el liderazgo en ventas de camiones hace 22 años en Brasil, principal destino de sus vehículos.

También ocupa el segundo lugar en ventas de buses en Brasil, habiendo alcanzado esa posición desde el lanzamiento de su primer chasis para transporte de pasajeros y manteniéndola desde entonces. En los mercados internacionales en los que opera, VWCB es una referencia para los clientes que buscan productos de calidad, excelentes costos de operación y un ser-

vicio postventa de excelencia.

Su gama de productos se divide entre las familias Delivery, Constellation y Meteor para el transporte de carga, así como Volksbus para pasajeros. La empresa también avanza en la electrificación, con los modelos e-Delivery y el e-Volksbus. Fabricante de los VW más grandes del mundo, VWCB tiene capacidad para producir hasta cien mil unidades al año. A lo largo de su historia, ha puesto en circulación más de 1,250,000 vehículos.

Los Worker, primeros modelos fabricados por la marca durante más de 20 años, representan 433 mil unidades de este total, seguidos por la familia Constellation, con aproximadamente 373 mil unidades. La familia Delivery registra una demanda de 220 mil vehículos,

mientras que los Meteor, los modelos más recientes del portafolio, ya suman 20 mil camiones en circulación. Por su parte, la familia Volksbus representa 194 mil autobuses producidos.

Detrás de tantos éxitos se encuentra un equipo de alrededor de 5,500 colaboradores, distribuidos entre las plantas productivas y operaciones de VWCB en Brasil, México y Argentina. La empresa también cuenta con una línea de montaje en Sudáfrica y Filipinas. Este equipo se basa en una gran estrategia corporativa conocida como Programa Futuro, que guía las iniciativas de la compañía de acuerdo con altos estándares de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y gobernanza, con el objetivo de seguir transformando la industria del transporte. **VL**

EL RESPALDO DE ISUZU DE SERVICIO, POSTVENTA Y GARANTÍAS EN CADA KILÓMETRO

PARA LOS CLIENTES ISUZU, LA DISPONIBILIDAD DE REFACCIONES, ASÍ COMO EL SERVICIO POSTVENTA INCIDEN DIRECTAMENTE EN LA PRODUCTIVIDAD DE SUS NEGOCIOS.

Bajo esta premisa, Isuzu implementa un modelo de postventa enfocado en ofrecer soporte técnico continuo y disponibilidad de refacciones como parte integral del ciclo de vida de sus vehículos.

ENTRE LOS PILARES DE ESTE ENFOQUE SE ENCUENTRAN:

Soporte Postventa a nivel Nacional: A través de su red de concesionarios y talleres autorizados, Isuzu ofrece servicios de mantenimiento, asistencia técnica especializada y capacitación para operadores, con el objetivo de reducir tiempos de inactividad y asegurar la continuidad operativa del negocio. Además, cuenta con el programa One Price, que unifica el costo de mano de obra a nivel nacional, beneficiando a los clientes cuyas unidades operan en distintas regiones del país

Refacciones Originales Isuzu: Diseñadas y fabricadas bajo los más altos estándares de la marca, aseguran el óptimo funcionamiento y confiabilidad de las unidades. Están disponibles en toda la red de concesionarios Isuzu a nivel nacional, brindando respaldo y conti-



un fill rate promedio anual del 96.75 %.

Un portafolio de refacciones que combina Isuzu Genuine Parts y Best Value Parts (BVP), orientado a mantener el desempeño y la vida útil de las unidades, ofreciendo alternativas confiables que permiten equilibrar eficiencia operativa, costos y seguridad.

Un esquema de garantías reales alineadas al uso operativo de las unidades, que brinda respaldo ante defectos de fabricación y aporta certeza a los operadores: los modelos ELF cuentan con una garantía de 36 meses o 100 mil kilómetros, mientras que los modelos Forward ofrecen 24 meses sin lími-

te de kilometraje, con opción a extenderla dos años más (aplican restricciones).

“En Isuzu entendemos que el verdadero valor de una unidad se construye en su operación diaria. Por eso, nuestro servicio postventa es parte integral de la relación con nuestros clientes y del acompañamiento que ofrecemos a lo largo de la vida útil de cada vehículo”, señaló Constantino Vázquez Álvarez Gerente de Desarrollo de Concesionarios. [VL](#)



nuidad operativa a los clientes, con



ISUZU MÉXICO TRAZA SU RUTA DE CRECIMIENTO 2026–2030 EN SU JUNTA ANUAL DE CONCESIONARIOS

ISUZU MOTORS DE MÉXICO CELEBRÓ SU JUNTA ANUAL DE CONCESIONARIOS, UN ESPACIO ESTRATÉGICO DONDE PRESENTÓ LOS RESULTADOS 2025 Y DEFINIÓ LAS PRIORIDADES QUE GUIARÁN A LA COMPAÑÍA EN 2026, ALINEADA A SU VISIÓN DE CRECIMIENTO HACIA 2030.

El Presidente del Consejo y CEO, Yoshihiko Watanabe, inauguró el encuentro reconociendo el compromiso y la resiliencia de la red de concesionarios en un entorno particularmente retador. Durante su mensaje de apertura, señaló que 2025 fue un año complejo para la industria de vehículos comerciales, con una contracción superior al 30% en la demanda del mercado, derivada de factores económicos y comerciales internacionales.

A pesar de este escenario, Isuzu México logró resultados históricos y consolidó su posición en el país. En términos comerciales, la marca alcanzó ventas al menudeo

por 5,910 unidades, lo que representó un crecimiento cercano al 10% respecto al año anterior y el cuarto año consecutivo de ventas récord. De igual forma, el negocio de refacciones y postventa registró máximos históricos en ingresos, reafirmando-se como un pilar estratégico para la rentabilidad y la relación de largo plazo con los clientes.

“El resultado es fruto del esfuerzo diario de cada uno de nuestros distribuidores”, expresó Watanabe, agradeciendo a la red su dedicación y compromiso, que hoy se refleja en una cobertura ISUZU sólida a nivel nacional, integrada por 36 concesionarios y más de 40 talleres de apoyo en toda la República.

Como parte de la estrategia de crecimiento, la compañía continuará invirtiendo en la expansión y modernización de su Planta SKD, fortaleciendo la línea de ensamble y la infraestructura interna, con el objetivo de incrementar la capacidad de producción hasta tres mil unidades anuales hacia 2030.

Con una estrategia enfocada en expansión industrial, diversificación de portafolio y consolidación de su red, Isuzu México reafirma su visión de largo plazo en el país, impulsando a los negocios que mueven a México y respaldando su operación con más de 70 mil vehículos en circulación que hoy forman parte activa del desarrollo productivo nacional. **VL**



APYMSA IMPULSA LA MOVILIDAD DE MÉXICO CON AUTEX ACADEMY: CAPACITACIÓN DIGITAL GRATUITA

EN UN MERCADO LOGÍSTICO CADA VEZ MÁS EXIGENTE, DONDE EL NEARSHORING Y LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA DEFINEN LA COMPETITIVIDAD, APYMSA, LÍDER CON MÁS DE 45 AÑOS EN LA DISTRIBUCIÓN DE AUTOPARTES, ANUNCIA EL FORTALECIMIENTO DE SU PLATAFORMA AUTEX ACADEMY. ESTA INICIATIVA SE CONSOLIDA COMO LA SOLUCIÓN ESTRATÉGICA PARA CERRAR LA BRECHA DE CONOCIMIENTO TÉCNICO EN EL SEGMENTO DE CAMIONES Y AUTOBUSES EN MÉXICO.

EL DESAFÍO: PROFESIONALIZAR EL MOVIMIENTO DE UN PAÍS

La industria del transporte de carga enfrenta hoy un déficit crítico de personal calificado capaz de diagnosticar sistemas electrónicos avanzados. Un camión detenido por una falla eléctrica o de iluminación, no solo representa un costo de reparación, sino una interrupción en la cadena de suministro nacional.





LA SOLUCIÓN: UNA HERRAMIENTA VIVA Y DE ALTA ESPECIALIDAD

A diferencia de los modelos educativos estáticos, Autex Academy es una herramienta que se construye mes a mes. La plataforma se distingue por una oferta que se actualiza mensualmente, incorporando nuevos módulos y tendencias técnicas para asegurar que el conocimiento de los mecánicos y administradores de flota nunca quede obsoleto.

La currícula actual, diseñada bajo estándares de calidad original (OEM), incluye rutas de aprendizaje progresivas (Básico, Intermedio y Avanzado) en áreas críticas:

Sistemas de arranque: Desde fundamentos hasta la reparación y optimización de marchas en vehículos de servicio pesado.

Sistemas de Carga: Diagnóstico avanzado y mantenimiento de siste-



mas eléctricos de alto rendimiento.

Iluminación y Seguridad: Incorporación de nuevos cursos de Plafones (Nivel Básico e Intermedio), vitales para la seguridad vial y el cumplimiento normativo.

LA VOZ DE LA EMPRESA

“En APYMSA estamos convencidos de que el motor de México no solo son los camiones, sino la gente que los mantiene en movimiento. Al entregar herramientas de conocimiento gratuitas y actualizadas mensualmente a nuestros mecánicos, no solo estamos profesionalizando un oficio; estamos impulsando directamente la movilidad y la economía de nuestro país, asegu-



rando que cada unidad llegue a su destino de forma segura y eficiente,” afirmó la Dirección de Marketing de APYMSA.

DISPONIBILIDAD Y REGISTRO

La plataforma está abierta para mecánicos independientes, empresas de transporte y estudiantes de manera 100% gratuita. Los interesados pueden iniciar su certificación hoy mismo en: www.autexacademy.com.mx. **VL**



TOYOTA DE MÉXICO SORPRENDE NUEVAMENTE A LOS AMANTES DEL ALTO DESEMPEÑO CON LA LLEGADA DE GR COROLLA 2026, UN HOT HATCH INSPIRADO EN LOS RALLIES Y DESARROLLADO POR GAZOO RACING PARA QUIENES BUSCAN EMOCIONES AL VOLANTE. CON ESTE LANZAMIENTO, LA GAMA GR SE VUELVE MÁS ROBUSTA QUE NUNCA, AHORA INTEGRADA POR EL RECIÉN LLEGADO GR COROLLA, EL YA RECONOCIDO GR YARIS, Y EL ÍCONO QUE DA SU ÚLTIMA VUELTA, GR SUPRA.

GR COROLLA LLEGAA MÉXICO: EL NUEVO INTEGRANTE QUE FORTALECE LA GAMA DEPORTIVA GR DE TOYOTA

Gerardo Romero, vicepresidente de Operaciones de Toyota Motor Sales de México, dijo que la esencia de la familia GR no se explica, se vive: nace del pulso de la pista, de la ingeniería puesta al servicio de la emoción y de esa conexión total entre piloto y máquina. “Hoy, esa emoción alcanza un nuevo nivel con la llegada del GR Corolla 2026, un vehículo afinado para despertar Waku Doki desde el primer arranque y diseñado para quienes buscan sentir cada curva, cada sonido y cada reacción como una extensión de sí mismos”.

Éste es un vehículo diseñado para ofrecer una conexión auténtica entre el conductor y el camino. Con un motor tricilíndrico turbo de 1.6 litros, este deportivo entrega 296 HP y 295 lb-pie de torque, gestionados por una transmisión automática GR de ocho velocidades (GRDAT) que ofrece cambios más rápidos, precisos y consistentes, pensado para escenarios deportivos.

Gracias a su sistema de tracción integral GRFOUR, heredado directamente del rally, GR Corolla maximiza el agarre y el control en diversas condiciones de manejo, ofrecien-



do una experiencia de conducción precisa y estimulante, tanto en carretera como en escenarios de alto rendimiento. Además, incorpora modos de manejo ECO, NORMAL y SPORT, ampliando las posibilidades para adaptarse a distintos estilos de conducción.

GR Corolla nace inspirado en el Campeonato Mundial de Rally (WRC) y desarrollado por GAZOO Racing, este hot hatch icónico está diseñado para ofrecer emoción pura, control absoluto y un desempeño refinado que se disfruta tanto en pista como en el uso diario.

“GR Corolla aplica directamente la ingeniería desarrollada por GA-

ZOO Racing en competición. Su configuración de tren motriz, chasis y puesta a punto está pensada para ofrecer una entrega de potencia precisa, alto control dinámico y un desempeño sólido en distintas condiciones de manejo. Además, incorpora una triple salida de escape, distintiva de la línea GR, que optimiza la respiración del motor y eleva la experiencia de conducción deportiva. Con este modelo reforzamos la gama GR en México, poniendo al alcance de los clientes un vehículo que traslada la experiencia de la pista a un auto utilizable todos los días, sin comprometer calidad, seguridad ni confiabilidad”, señaló Luis Trujillo, director de Producto y Precio Toyota México. **VL**

EL CONFORT QUE MARCA CADA VIAJE



CONÓCENOS Y DESCUBRE POR QUÉ
NUESTROS ASIENTOS MARCAN LA DIFERENCIA

Página Web





-  Aerodinámica optimizada
-  Sostenibilidad en acción
-  Mayor confort y tecnología
-  Menor peso mayor rentabilidad
-  Visión amplia y segura con cámara retrovisora

NUEVO Irizar **i6S** Efficient

El más eficiente en la historia de Irizar México

Síguenos en
nuestras redes

