

# MERCEDES-BENZ AUTOBUSES MANTENDRÁ SU LIDERAZGO APOSTANDO AL SERVICIO

Entrevista con Raúl González, director de Ventas, Mercadotecnia y Posventa de la empresa

**M**ercedes-Benz Autobuses estima vender más de cuatro mil unidades en México durante 2015, lo que significará incrementar sus ventas en 17% respecto al año pasado y llevar su participación de mercado del 44 al 48% en el segmento. Raúl González, director de Ventas, Mercadotecnia y Posventa de la empresa, destacó que la apuesta de la compañía se enfoca en ofrecer autobuses con la más alta tecnología y que éstos vengan acompañados de un servicio completo que cubra más allá de la garantía.

“Daimler Buses vende a nivel mundial 34 mil unidades anuales y México ocupa el tercer lugar... América Latina como región es la más importante, la segunda es Europa, pero en tercer lugar sólo es México”, explicó el directivo.

González añadió que la empresa se ha centrado en una estrategia completa que cubre las necesidades de sus clientes, por lo que también se respalda en los centros de servicio con los que cuentan a nivel nacional.

“Es conocido en el mercado mexicano que tenemos el mejor producto para el movimiento de personas. En este país, el 97% de los viajes largos se hacen en autobús y

solamente el 3% restante es por avión y tren, por lo que el autobús seguirá siendo el transporte de movimiento de México para pasajeros y nosotros tenemos el mejor producto”, indicó.

Para ello, el director de ventas de Mercedes-Benz Autobuses explicó que

## Autobuses con el mejor rendimiento

de combustible y servicio de mantenimiento.

tienen el mejor costo total de operación de sus autobuses. “Encontrarán un beneficio en el costo de toda la vida del autobús con mejor rendimiento de combustible y el mejor servicio de mantenimiento; todo esto puede notarse en nuestra participación de mercado”, refirió.

Agregó que cuentan con una red de distribuidores superior a 86 puntos a nivel nacional, con lo que cubren los mercados más importantes para darle servicio a todos sus clientes ofreciendo desde refacciones, reparaciones e, incluso, asistencia en el camino. “Tenemos programas importantes de desarrollo y actualización tecnológica de todos los productos; ya ofrecemos el Euro V sin que lo pida la ley. Toda la oferta de autobuses está en pesos, buscando darle

la certeza al comprador de lo que lo que invierte hoy y recibirá en el mediano plazo es lo mismo que compró y no una sorpresa de tipos de cambio”, mencionó González. Incluso, reconoció que la empresa cautiva de financiamiento, Daimler Financial Services México, da crédito a siete de cada diez autobuses que venden, lo cual habla de la especialización y el conocimiento del transporte de las personas que compran con ellos. “Damos soluciones de movilidad, lo que representa una verdadera solución a las características del cliente, cubriendo sus necesidades específicas y llegando a fungir como consultores en sistemas de transportación BRT a nivel mundial. Ejemplo de ello, los casos de éxito en diversos países como México, Colombia, Ecuador y Alemania. Todo esto gracias a nuestros clientes, que por más de 20 años en México hemos logrado establecer un lazo de confianza”, comentó el director de Ventas, Mercadotecnia y Posventa de Mercedes-Benz Autobuses.

## EL CERTIFICADO

Daimler México, holding de la compañía, refrendó por quinta vez la certificación ISO/TS 16949 en su división de Autobuses, garantizando la implementación y mantenimiento de estrictos controles de calidad para la industria automotriz. Mercedes-Benz ha perfecciona-

Continúa en siguiente hoja



<b>Fecha</b> <b>01.12.2015</b>	<b>Sección</b> <b>Suplemento</b>	<b>Página</b> <b>4</b>
-----------------------------------	-------------------------------------	---------------------------

do el concepto de autobuses urbanos, suburbanos y foráneos, marcando la diferencia en el sector.

Ha logrado posicionarse como líder en transporte por su alto rendimiento, seguridad y contar con tecnología respetuosa del medio ambiente. Sus unidades responden a todas las exigencias del mercado, por lo que grandes compañías flotileras del país han depositado su confianza en la empresa de mayor impacto en México. “Nos mantenemos al pendiente de todas las licitaciones que salen por parte de los gobiernos, porque nosotros tenemos un buen producto para camiones de uso urbano... nosotros ya ganamos licitaciones para Metrobús y Mexibús”, destacó Raúl González.

**LA HISTORIA**

Aunque el primer autobús Mercedes-Benz nació con la fusión de Daimler y Benz & Cie en 1925, fue hasta 1991 cuando llegó a México con el O371, consolidándose como el autobús más exitoso del transporte nacional. En 1994, Mercedes-Benz estableció su planta en García, Nuevo León, e inició operaciones el 12 de enero, y en ese mismo año el primer autobús producido fue el modelo CAIO Victoria montado en un chasis OF1318. Desde entonces y a la fecha, sumaron la producción de más de 75 mil chasises y más de 30 mil unidades completas. Mercedes-Benz reitera su compromiso de llegar a ser el referente en soluciones de movilidad. Con ello, da pasos hacia la excelencia, ya que cuenta con la in-

fraestructura de ingeniería necesaria para asegurar la implementación y aplicación de un sistema de gestión de calidad, para su área de Desarrollo y Ensamble de Chasis de autobús, además de un gran equipo de profesionales que hacen que, desde “La Casa del Autobús en México”, su Planta en García, Nuevo León, o bien desde sus oficinas corporativas en Bosques de las Lomas, México, mantengan a Mercedes-Benz Autobuses como “The Standard For Buses”, el referente en soluciones de movilidad.

**La certificación ISO/TS 16949**

avala la perfección en cada uno de sus autobuses.



**CON 4,000 UNIDADES VENDIDAS, MERCEDES-BENZ AUTOBUSES CERRARÁ EL AÑO.**