

# Paridad del peso, sin impacto para autobuses Mercedes-Benz

*La firma alemana modificó su plan de venta y financiamiento de dólares a pesos; el plan les permitió pasar de 42 a 45% su participación de mercado.*

Por: Enrique Torres |

Viernes, 04 de marzo de 2016 a las 08:20

**CIUDAD DE MÉXICO (CNNExpansión)** — Como una estrategia para no perder la participación que tienen en el mercado de autobuses, la marca Mercedes-Benz en México optó por implementar planes de financiamiento y venta de sus camiones en pesos en lugar de dólares, ante la depreciación de la moneda mexicana.

Jan Hegner, CEO de Daimler Buses México, que produce la marca Mercedes-Benz, señaló a CNNExpansión que con esa estrategia que se implementó desde el año pasado, la firma logró contener la incertidumbre del transportista, lo que le permitió incrementar tres puntos su participación de mercado para ubicarse en 45% al final de 2015, luego de la venta de 4,000 vehículos.

De esas ventas, cerca del 65% fueron vía financiamiento con tasas entre 8 y 11%, las cuales se mantendrán para atraer compradores, dijo Miguel Ángel Carrión, director de Daimler Financial Services.

Hegner se mostró optimista ante la venta de camiones en el mercado nacional para 2016, pues aunque reconoció que el tipo de cambio mantiene un ritmo elevado, existe la confianza en que la moneda nacional se estabilice en 18 pesos durante el año.

El [mercado de autobuses a nivel](#) nacional se ubicó en 8,585 unidades en 2015, un incremento de 6.4% sobre 2014, de acuerdo con las cifras de la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (Anpact). “Para este año esperamos un incremento de acuerdo al comportamiento de la economía”, dijo.

Para el directivo, hay una necesidad de renovación de las unidades en el transporte urbano, pues el parque vehicular está obsoleto. “Son millones de personas las que se mueven diario en autobús y requieren de un servicio de calidad”, dijo. Por ello, [la empresa lanzará este año cinco nuevos modelos de autobús](#) para el traslado en ciudad y tres para el segmento de transporte de largas distancias.

La firma alemana estima que aumentará entre 2 y 3% la producción de su planta de Nuevo León, en donde fabricó 4,000 unidades en 2015. “Hay un ligero impacto en el costo final de los camiones por la importación de partes, principalmente del tren motriz, que ahora absorbemos para no impactar al cliente”, señaló Hegner, sin querer revelar la estrategia.

La calificadora Fitch Ratings indicó en un reporte del pasado febrero sobre la marca Daimler México, corporativo al que pertenece la división de autobuses, que el aumento en el volumen de venta en todos los segmentos de la marca se debió a la buena estructura de precios en los segmentos de autobuses y de exportación. Esto le permitió a la firma registrar incrementos en el importe de ventas al cierre de los primeros nueve meses de 2015.