



Patíotuerca 

MAGAZINE GRATUITO / 30 000 ejemplares en circulación

Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato / MENSUAL / patiotuerca.com

AUTOS Y OTRAS PASIONES



EL SUV DE ACCESO A LA GAMA TOYOTA

RAIZE

REFUERZA LA OFERTA SUV DE TOYOTA



POR PRECIO, ESTE MODELO SE PONE A LA PAR DEL YARIS

Después de cerrar el 2021 como la tercera marca más vendida del mercado ecuatoriano, Toyota dio un golpe de efecto con la reciente presentación del flamante Raize, un SUV compacto que llega para reforzar la oferta del fabricante japonés en el competitivo segmento de los utilitarios deportivos.

Se trata de un modelo cuyo diseño exterior de líneas rectas recuerda al de su "hermano mayor" RAV4 y le aporta robustez, mientras que su mecánica y equipamiento le confieren buen desempeño, seguridad y comodidad. Su capacidad para cinco pasajeros y su maletero con 369 litros de volumen lo hacen muy competente como vehículo familiar.

El Toyota Raize recibe el impulso de un eficiente motor de última generación y aspiración natural con tres cilindros y 1.2 litros, capaz de entregar 87 caballos de potencia y 113 Nm de torque.

Su óptimo desempeño deriva de la asociación del propulsor con una caja de cambios manual de 5 velocidades o una automática CVT de 7 relaciones (según la versión), además de un peso neto que está por debajo de los 1.000 kilos.

Según Toyota del Ecuador, el Raize ha sido debidamente probado en el medio local para ofrecer un óptimo desempeño, de lo cual da cuenta un rendimiento de combustible de hasta 72 kilómetros por galón, que puede variar en función de factores como la altitud y el estilo de conducción.

"El Raize da inicio a una nueva generación de vehículos urbanos de Toyota, más funcionales y mejor

adaptados a las necesidades de los consumidores ecuatorianos", asegura la marca en un comunicado oficial difundido en el lanzamiento del modelo.

Algunos de los elementos de serie más destacados del Raize son el radio con pantalla de 8 pulgadas compatible con Apple CarPlay y Android Auto, el volante multifunción con regulación de altura, los controles electrónicos de estabilidad y tracción y el asistente de arranque en pendientes.

La versión con caja CVT añade faros neblineros, aros de aleación, cámara de reversa con sensores de parqueo delanteros y posteriores, etc. Además, Toyota ofrece una gran variedad de accesorios opcionales para personalizar el vehículo.

El Toyota Raize está orientado a personas que buscan su primer vehículo o su primer SUV. Por su competitivo precio, que arranca en USD 19.999, apunta a convertirse en un éxito de ventas para la marca, más aún cuando se ofrecen planes de compra programada con Certero y facilidades de financiamiento con el programa Toyota Siempre Nuevo.

Como un modelo de volumen que goza de la tradicional calidad, fiabilidad y durabilidad del fabricante nipón, el Raize aportará a la consolidación de Toyota en el mercado nacional en el transcurso del 2022.

La altura de la carrocería le permite circular sin problemas por caminos de segundo orden.



Un generoso maletero de 369 litros es uno de los puntos más fuertes del interior.





RENAULT VE UN FUTURO VERDE

En su camino hacia la descarbonización, Renault presentó hace poco el prototipo de un nuevo modelo que estará impulsado por hidrógeno y que se fabricará con materiales reciclados y reciclables. Aún se desconocen más detalles, incluido el nombre, pero se sabe que será presentado en mayo de este año.

CONTENIDO

- 6 MERCADO**
La oferta de vehículos familiares en el medio local incluye una amplia gama de opciones
- 8 MERCADO**
Las principales características que debe cumplir un auto para uso de la familia
- 10 NOVEDAD**
El nuevo Teramont se coloca en lo más alto de la oferta SUV de Volkswagen en el país
- 12 DESTACADO**
Chevrolet Tracker, un modelo vanguardista en el segmento de los SUV compactos
- 14 ACTUALIDAD**
Los planes de BMW en la región para el 2022, basados en sus buenos resultados
- 18 DEPORTE**
El cambio reglamentario de la Fórmula 1 2022 despierta grandes expectativas
- 20 EMPRESARIAL**
Los acontecimientos más destacados de las empresas del sector automotor nacional

RECTIFICACIÓN

En la página 9 de nuestra edición anterior, por un error se cambió el apellido del gerente de Marketing de Germanmotors, representante de Audi en Ecuador. Él es Esteban Cisneros y no Cifuentes, como se publicó.

EDITOR: Fernando Robayo / frobayo@latamautos.com
GERENTE COMERCIAL: Ana Gabriela Arcos / aarcos@latamautos.com / 099 435 8566
EJECUTIVA DE CUENTAS QUITO: Lorena Orbe / lorbe@latamautos.com / 099 530 7394
EJECUTIVA DE CUENTAS GUAYAQUIL: Rosario Romero / rromero@latamautos.com / 099 403 2211
DISEÑO: Marco Antonio Reyes U.
PATITUERCA NEWS es una publicación mensual de LATAM AUTOS para Ecuador. **TIRAJE:** 30.000 ejemplares.

FOTOS: cortesía Toyota del Ecuador, Impoventura, Chevrolet Ecuador, Automotores y Anexos, Teojama Comercial, Terpel Ecuador, KIA Ecuador, Corporación Maresa, Continental Tire Andina y archivo Patituerca.

TRACKER TURBO POTENTE MOTOR



Reinicia tus ideas y potencia con un Motor Turbo. ¡Te sorprenderá su gran desempeño!

ENTRADA DESDE | Y TASA DESDE
\$3.900 | 11.5%

ENCUENTRA NUEVOS CAMINOS



Chevrolet usa y recomienda **ACDelco** lubricantes.

• AUTOMOTORES CONTINENTAL • AUTOMOTORES DE LA SIERRA • ECUA-AUTO • E. MAULME • IMBAUTO • INDUAUTO • METROCAR • MIRASOL • PROAUTO • VALLEJO ARAUJO

Campaña vigente del 15 de febrero al 15 de abril de 2022. 1. Entrada desde \$ 3.900 aplica a TRACKER LS TURBO AC 1.2 5P 4X2 TM modelo 2022 con precio de \$ 25.999. Entrada de 15%. Promoción aplica a unidades financiadas con entidad Financiera Produbanco Grupo Promerica. Aplica condiciones de la entidad financiera. 2. Tasa desde 11,5% aplica a TRACKER TURBO AC 4P 4X2 TM LS y TRACKER LTZ TURBO AC 1.2 5P 4X2 TA modelo 2022 para entradas desde 15%. Promoción aplica a unidades financiadas con entidad Financiera Produbanco Grupo Promerica. Aplica condiciones de la entidad financiera. 3. No aplica a Chevyplan ni ventas a Gobierno. 4. No aplica a Flotas.

WIFI INTEGRADO





AUTOS FAMILIARES:

OPCIONES PARA TODAS LAS PREFERENCIAS

La preferencia actual se centra en los SUV, pero la oferta también abarca otros segmentos.



Habitabilidad y amenidades a bordo son dos cualidades importantes en un auto familiar.

Hasta hace algunos años, el sedán era considerado el auto familiar por excelencia debido a múltiples motivos. Uno de los principales era que su razonable espacio interior y el amplio compartimento de carga que le proporcionaba el tener una cajuela separada, lo ponía en una mejor posición para cumplir con esa función.

Durante mucho tiempo la preferencia de los usuarios por el sedán estuvo por encima de otros tipos de vehículos, tal vez incluso más competentes para transportar a la familia y su equipaje, como podían ser un utilitario ('station wagon') o un monovolumen. Esto pudo deberse a que la oferta de modelos de ese tipo en el medio local siempre fue reducida.

Sin embargo, todo cambió a partir de la popularización de los SUV, y más todavía con la reducción de precios que muchos ejemplares han experimentado en años recientes.

Desde su aparición en el mercado los SUV siempre fueron vehículos aspiracionales, ya que reunían varias características que antes solo se podían encontrar por separado. La comodidad de un automóvil, la altura de un todoterreno, la habitabilidad de un utilitario, entre otras cualidades, ya formaban parte de la propuesta de un mismo modelo.

Sin embargo, durante mucho tiempo un SUV era considerablemente más costoso que un automóvil, por lo cual el acceso a este segmento era limitado. En la actualidad, con factores como la gran cantidad de marcas que compiten en el mercado local y la irrupción de los fabricantes chinos, ya se pueden adquirir modelos SUV por menos de USD 20.000.

Al tener a su alcance la practicidad de un SUV por un valor equivalente al de un sedán de gama media, un número cada

vez mayor de usuarios escoge esta opción. En su anuario 2021 la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (Aeade), da cuenta de que el segmento SUV ya es el número uno en las preferencias, pues las más de 50.000 unidades vendidas el año pasado representan un 42% del mercado.

En términos prácticos, un SUV es un vehículo más versátil que un automóvil, especialmente cuando se trata de movilizar constantemente al menos a cuatro personas. Es más amplio, más cómodo, está menos expuesto a sufrir daños al circular por vías en mal estado y, por esta misma razón, puede internarse en caminos de segundo orden.

A esto se suma que, gracias a las nuevas tecnologías, están equipados con motores más eficientes que reducen considerablemente el consumo de combustible y las emisiones contaminantes.

Pero aunque la tendencia mundial indica que el segmento SUV crece de manera sostenida en detrimento de los automóviles, principalmente, los sedanes y 'hatchback' siguen siendo a alternativa más viable para quienes tienen una familia más pequeña, un presupuesto más reducido o simplemente no han sucumbido ante la fiebre de los SUV.

La oferta del mercado local también incluye una gran variedad de marcas y modelos en el segmento de automóviles, que incluso abarcan una gama de precios más amplia porque los ejemplares de acceso tienen un precio base de USD 13.000.

Una mención aparte merecen las vans de diferentes tamaños, que tradicionalmente han sido utilizadas para aplicaciones específicas y de orientación comercial como transporte escolar, institucional o turístico, pero que también cumplen a cabalidad su función de vehículos particulares para uso familiar.

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS

DEBE TENER UN AUTO FAMILIAR?

La selección de un auto familiar no es una tarea sencilla. Las complicaciones pueden empezar por las diferencias de criterio de cada miembro de la familia en temas como diseño, motorización, equipamiento e incluso precio, y continuar con la gran variedad de opciones que el mercado automotor ofrece en la actualidad.

Por ello, una manera de simplificar ese proceso es enfocar la búsqueda en las cualidades más importantes que debe tener el

vehículo, tomando en cuenta que será el medio de transporte tanto para las actividades cotidianas como para los paseos de fin de semana y los viajes de vacaciones a destinos más alejados.

De alguna manera, el modelo escogido debe adaptarse a las necesidades de todos quienes lo ocuparán. Muchos expertos coinciden en que, independientemente de la marca y el modelo, un vehículo familiar debe tener cuatro características esenciales para cumplir con esa función a cabalidad, y son las siguientes:



Más allá del espacio, existen ciertas cualidades que hacen que algunos modelos sean más aptos que otros para transportar a la familia.



1. Seguridad

Este es, sin duda, el requisito más importante que debe cumplir un auto familiar. Todos los vehículos que se venden en nuestro país incorporan ciertos elementos de seguridad considerados elementales según el Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN 034, pero las versiones más equipadas o incluso otros modelos equivalentes pueden exceder el nivel de equipamiento mínimo que establece la norma.

Estos últimos suelen ofrecer mayores niveles de protección, pues incluyen elementos tales como un mayor número de 'airbags' y más asistencias electrónicas a la conducción. Conviene, además, verificar la calificación que un determinado modelo obtuvo en pruebas de choque llevadas a cabo por organismos especializados, especialmente el regional Latin NCAP.



2. Habitabilidad

Otro aspecto importante a tomar en cuenta es el espacio interior, con el fin de que todos los ocupantes puedan viajar cómodos. Y esto involucra aspectos tan diversos como la distancia entre los asientos, el espacio para los hombros, la altura del techo y los ángulos de apertura de las puertas.

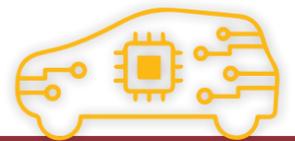
Una mención especial merece el tema del almacenamiento. Además de a sus miembros, las familias necesitan transportar constantemente paquetes con compras, mochilas, coches de bebés o maletas, en caso de viaje. Por ello, se debe buscar un equilibrio entre el confort de los pasajeros y el volumen disponible para la carga.



3. Practicidad

Esta característica siempre es importante, pero más todavía si hay niños en la familia. Implica desde la facilidad para limpiar los asientos o las alfombras hasta la posibilidad de cambiar ciertas configuraciones internas, en caso de que se requiera.

Asientos con respaldos reclinables y abatibles, múltiples compartimentos para guardar objetos o un fácil acceso al maletero desde el interior son algunos ejemplos de aspectos que son muy importantes en el uso cotidiano del vehículo, pero que suelen pasar desapercibidos durante el proceso de compra.



4. Entretenimiento

Los niños y adolescentes suelen aburrirse durante los viajes largos, por lo cual los sistemas de infoentretenimiento desempeñan un rol fundamental. La posibilidad de escuchar música de diferentes fuentes, ver videos o conectar dispositivos externos a través de un puerto USB o una conexión Bluetooth, puede marcar una diferencia importante.

Algunos modelos ya incluyen conexión Wi-Fi, pantallas táctiles individuales e incluso puertos USB en las filas traseras de asientos para que los ocupantes puedan cargar sus teléfonos celulares.





TERAMONT

ES UN VOLKSWAGEN
A LO GRANDE

Desde el mes anterior, Volkswagen Ecuador incorporó a su gama SUV al Teramont, un modelo superlativo en tamaño, motorización, equipamiento y exclusividad, que llega para competir en la parte más alta del segmento.

Con unas generosas dimensiones de 5,1 metros de largo, 1,99 de ancho, 1,78 de alto y casi 3 m de distancia entre ejes, el Teramont se destaca por su gran espacio interior. Al igual que otros SUV grandes, tiene capacidad para siete ocupantes en tres filas de asientos y disposición 2+3+2, pero en su caso las dos últimas plazas permiten llevar cómodamente a pasajeros adultos y dejar 330 litros de volumen en el maletero.

Estas impresionantes cifras tienen una razón: el Teramont es un vehículo concebido para el mercado estadounidense, país en el que también se fabrica, pero donde se comercializa bajo el nombre Atlas. Por ello, también sorprenden sus cualidades mecánicas y varios elementos del equipamiento.

Respecto de lo primero, lleva un motor V6 del 3.6 litros, capaz de entregar 276 caballos de potencia y 360 Nm de torque, que le confieren una respuesta contundente ante el requerimiento de aceleración del conduc-



tor. Sin embargo, su funcionamiento es dócil y progresivo gracias a la gestión de una caja automática de 8 velocidades.

El Teramont es un vehículo todoterreno, pues cuenta con el sistema de tracción total 4Motion de Volkswagen, que activa o desactiva automáticamente la tracción de las cuatro ruedas, en función de las condiciones de la ruta. A esto se suman sus 8 diferentes modos de conducción para adaptarse a cualquier tipo de superficie.

En el interior, la tradicional mezcla de sobriedad y tecnología de punta de la marca alemana se evidencia en la tapicería de cuero de los asientos (los delanteros cuentan con regulación eléctrica y calefacción), el cuadro de instrumentos digital y el siste-

ma de infoentretenimiento Discover Media con pantalla táctil de 8 pulgadas compatible con Apple CarPlay y Android Auto.

Otros elementos destacados son el climatizador de tres zonas, el gran techo panorámico, el cargador inalámbrico para teléfonos celulares, los cinco puertos USB C, las luces y limpiaparabrisas con encendido automático y el sistema de acceso sin llave y encendido por botón.

En materia de seguridad, incorpora controles de estabilidad y tracción, asistente de arranque en pendientes, alerta de puntos ciegos, asistente de colisión frontal con freno de emergencia, asistente de parqueo semiautomático, control de velocidad crucero adaptativo y 6 airbags.



BAIC SE TRANSFORMA EN LA RED AUTOMOTORES Y ANEXOS

Con el objetivo de brindar una atención personalizada a los clientes que buscan un auto familiar, sedan, SUV o camioneta de trabajo, el grupo Automotores y Anexos creó la Red de concesionarios en la que se comercializarán sus marcas de origen chino: BAIC y Foton.



El crecimiento constante de BAIC le permitió ingresar al ranking de las 500 empresas más grandes del mundo, e incluso escalar 212 puestos en los últimos ocho años. BAIC es una de las marcas con mayor inversión en investigación y desarrollo (I+D) en la industria automotriz china, con más de USD 2,2 billones.

Además, acredita una experiencia de más de 60 años en la producción de autos y fue la marca responsable de la producción del primer vehículo 100% chino.

Como la marca principal de la corporación denominada Beijing Automotive Industry Corporation, está dedicada a la producción y comercialización de vehículos de uso particular, con

orientación familiar.

Foton, por su parte, es otra de las marcas de la corporación, y se ha ubicado en el puesto número uno en el segmento de vehículos comerciales en China.

En Ecuador, BAIC y Foton cuentan con el respaldo de Automotores y Anexos, empresa con más de 58 años de trayectoria en el sector auto-

motor, y responsable del crecimiento de marcas automotrices reconocidas como Nissan y Renault.

"El respaldo es muy importante para el cliente, más aún cuando se trata de la adquisición de un automóvil de procedencia china. Antes de decidirse, nuestros clientes analizan la trayectoria de la marca y de la empresa que la representa en el país", señala Xavier Borja, gerente general de la Red Automotores y Anexos.

La más alta tecnología, el diseño y la durabilidad son factores claves para comercializar la dos marcas chinas en Ecuador. La Red Automotores y Anexos opera en Quito, Guayaquil y Manta.

CHEVROLET TRACKER TURBO:

UNA ESTRELLA EN EL SEGMENTO DE SUV COMPACTOS

El renovado Chevrolet Tracker Turbo tiene el potencial de convertirse en líder del segmento de SUV compactos urbanos en el país. Se trata de un modelo que anticipa tendencias en materia de diseño, seguridad, confort, conectividad y, por supuesto, desempeño.

El desarrollo mecánico del Tracker Turbo se enfocó en lograr la mejor relación entre placer de conducción, eficiencia energética y bajo costo de mantenimiento. Este SUV incorpora un motor turboalimentado de 1.2 litros de última generación, que entrega 130 caballos de potencia y 190 Nm de torque desde las 2.000 revoluciones por minuto, lo cual se traduce en una respuesta de aceleración más ágil.

Desarrollado sobre la plataforma modular GEM de General Motors, el Tracker Turbo combina robustez, deportividad y elegancia. Respecto de sus dimensiones, crecieron la longitud (12 mm), el ancho (15 mm) y la distancia entre ejes (15 mm), mientras que la altura se redujo para mejorar la aerodinámica.

Físicamente, el modelo se destaca por incorporar el lenguaje de diseño actual de los SUV globales de Chevrolet, así como por un mejor aprovechamiento del espacio interior. El rediseño del habitáculo le confiere un 28% más de capacidad de carga en el maletero y un 15% más de visibilidad, gracias a las ventanas laterales adicionales entre los pilares C y D y a la opción de techo panorámico.

En materia de seguridad cuenta con control electrónico de estabilidad, asistente de arranque en pendientes y seis airbags de serie en todas las versiones. La versión tope de gama añade sensores de estacionamiento frontales, laterales y posteriores y alerta de colisión con frenado automático de emergencia.

El radio MyLink con pantalla táctil de 8 pulgadas es compatible con Apple CarPlay y Android Auto y ofrece la posibilidad de conectar dos dispositivos vía 'bluetooth' de manera simultánea. Además, incorpora WIFI nativo, que permite conectar hasta 7 dispositivos y ofrece una señal hasta 12 veces más estable.

El Chevrolet Tracker Turbo está disponible en tres versiones: LS (caja manual de 5 velocidades), LTZ y Premier (transmisión automática de 6 velocidades). Sus mantenimientos preventivos rutinarios se realizan cada 10.000 kilómetros. Con la intención de que cada propietario pueda personalizar su Tracker Turbo a placer, Chevrolet ofrece cuatro kits de accesorios originales: Sport, Safety, Adventure y Elegance.



SZK de Ecuador, representante oficial de autos Suzuki en el país, inició sus operaciones comerciales alrededor del 20 de agosto del año anterior. Sin embargo, en poco más de cuatro meses, hasta el cierre del 2021, la marca japonesa vendió 772 vehículos, lo cual la ubica por encima de otras que acreditan una larga trayectoria en el mercado nacional.

SUZUKI AUTOS

PISA EL ACELERADOR EN EL MERCADO NACIONAL

Para conocer las claves de su auspicioso debut y sus expectativas de crecimiento a partir del 2022, Patiotuerca NEWS conversó con Sebastián Becerra, gerente de Marketing de SZK del Ecuador, quien respondió esas y otras interrogantes.

¿Cuál es el balance de los primeros meses de operaciones de Suzuki Autos en Ecuador?

Suzuki era una marca con presencia fuerte, con prestigio y buena acogida. Consideramos que la cantidad de unidades vendidas en poco más de cuatro meses es un éxito rotundo, también porque la marca creció de manera sostenida.

A nivel de portafolio de productos, una estrategia que nos dio buenos resultados fue la continuación de la distribución del S-Cross. Otro punto fuerte fue la introducción del Vitara, porque era un nombre con 30 años de trayectoria en el país.

Hay una tendencia hacia la creación de comunidades virtuales y reales especializadas en ciertas marcas y modelos. ¿Está contemplado hacerlo con el Vitara o con el Jimny?

Las comunidades se han convertido en una plataforma de comunicación y de difusión de lo que nosotros hacemos y también del comportamiento de los consumidores. Creamos la comunidad de los Suzuki Lovers, que tuvo muy buena respuesta y cerramos el 2021 en el top 10 de marcas con mayor interacción digital. También trabajamos con comunidades ya existentes que funcionaban de manera independiente.

El escenario digital para nosotros es muy fuerte y deseamos que esto se traslade pronto a experiencias de campo, porque hay un potencial enorme para ese y otros productos que introduciremos más adelante.

¿Qué pueden esperar los seguidores de la marca para el 2022?

Los clientes aún han visto muy poco de lo que Suzuki tiene para ofrecer. Planificamos la apertura de nuevas plazas en el país, así como una ampliación considerable de nuestro portafolio de productos,

especialmente en el segmento SUV.

Queremos incorporar las nuevas tecnologías de Suzuki al traer modelos que se adapten a los nuevos requerimientos de los usuarios. Ofreceremos alternativas de movilidad modernas, eficientes, seguras y sostenibles.

¿Se prevé un desabastecimiento por la crisis de los semiconductores y los problemas logísticos que actualmente enfrentan las marcas?

Talvez haya tiempos de espera relativamente cortos pero no estaremos desabastecidos. Los clientes tienden a buscar la inmediatez y eso puede cambiar en estos tiempos. Por eso buscamos asesorar al cliente para que pueda planificar y reservar.

En el caso de la logística hay muchos factores que inciden, pero como importadores tenemos una capacidad de gestión importante con proveedores y socios que nos permite tener los productos a tiempo cuando el cliente los requiera.



"Planificamos la apertura de nuevas plazas y una ampliación de nuestro portafolio de productos".

Sebastián Becerra
GERENTE DE MARKETING-SZK DEL ECUADOR



(1)

14

BMW

APUESTA POR UN FUTURO ELECTRIFICADO

Durante el 2022 el fabricante alemán introducirá nuevos modelos en la región, incluidos eléctricos de las marcas BMW, MINI y BMW Motorrad



El flamante iX es el nuevo buque insignia de la marca alemana en la era de la electrificación.

El 2021 fue un buen año para el Grupo BMW, pues lideró el segmento premium tanto a nivel mundial como en Latinoamérica. Así lo dio a conocer hace pocos días en un evento virtual denominado "Acelerando hacia la movilidad futura en Latinoamérica", que contó con la participación de sus principales directivos.

Después de los retos enfrentados a nivel global durante los últimos dos años, el fabricante alemán comercializó 270.100 vehículos en el mundo, de los cuales casi 70.000 se entregaron en Latinoamérica (40.071 unidades de la marca BMW, 7.333 de MINI y 22.146 de BMW Motorrad). Esto le otorgó una participación de mercado del 36,5% en la región.

La compañía estima que el Producto Interno Bruto de América Latina crecerá un 2,5% en el 2022, lo

cual permitirá que las ventas de autos de lujo se incrementen en un 6,4%. Respecto de los autos eléctricos, BMW proyecta la comercialización de entre 8.000 y 9.000 ejemplares en la región durante este año, con lo que alcanzará un 20% de participación en ese mercado.

Para lograrlo, el Grupo BMW introducirá en la región varios modelos electrificados que forman parte de una ambiciosa apuesta para los próximos años, la cual consiste en poner en el mercado mundial 25 modelos híbridos-eléctricos hasta el 2025.

En ese año también iniciará una tercera fase de electrificación de la gama BMW basada en una nueva plataforma que presentará una arquitectura redefinida, un relevo generacional en cuanto a sistemas de propulsión y baterías de alto rendimiento, así como un nuevo enfoque de sustentabilidad durante todo el ciclo de vida de los vehículos.

Para este año se anunció la llegada de la quinta generación de la tecnología eDrive de BMW en el modelo iX3. Con ello, el segmento de los 'Sports Activity Vehicles' (SAV) de tamaño mediano será el primero en brindar una oferta completa de sistemas de propulsión: combustión interna, híbrido enchufable y totalmente eléctrico.

Esta última variante ofrecerá una autonomía de hasta 460 kilómetros en el ciclo de homologación europeo WLTP, gracias a una batería de alto voltaje específica de 80 kWh de capacidad. El sistema de carga rápida permite recuperar 100 kilómetros de rango en apenas 10 minutos.

En cuanto a las prestaciones, el motor de 286 HP y 400 Nm que transmite la

270.100

UNIDADES

vendió el Grupo BMW en el mundo en el 2021

potencia a las ruedas traseras y es capaz de acelerar de 0 a 100 kilómetros por hora en 6,8 segundos, le confiere la respuesta que el cliente BMW espera.

El BMW iX, por su parte, es el buque insignia de la nueva tecnología del Grupo BMW. Es el primer SAV concebido como un vehículo totalmente eléctrico desde cero que ofrece una interpretación centrada en el futuro del diseño, la sustentabilidad, el placer de conducir, la versatilidad y el lujo. Todo esto con cero emisiones contaminantes.

Su variante más poderosa iX M60 marca un hito en la cincuentenaria historia de BMW M por ser el vehículo más potente y veloz jamás construido. Sus dos motores eléctricos, ubicados uno en cada eje, proporcionan una potencia y torque conjuntos de 619 HP y 1.015 Nm, respectivamente.

Estas cifras le permiten alcanzar una velocidad máxima de 250 km/h, limitada electrónicamente, y acelerar de 0 a 100 km/h, en tan solo 3,8 segundos.

Otra novedad eléctrica regional será la llegada del BMW i4, un Gran Coupé de cuatro puertas que combina amplitud, practicidad y deportividad. En su variante eDrive40, equipada con un motor de 340 HP y 430 Nm y tracción trasera, ofrecerá un alcance máximo de 590 kilómetros. Alcanza los 100 km/h desde cero en 5,7 segundos.

Más adelante también debutará el nuevo BMW Serie 2 Coupé, diseñado por un mexicano, que se fabricará exclusivamente en México para todo el mundo.

El MINI eléctrico, así como algunas renovadas variantes del MINI convencional, pondrán la cuota de la marca británica dentro de la estrategia del grupo alemán. BMW Motorrad, por su parte, apuntará a la movilidad urbana electrificada con el 'scooter' CE 04 y al turismo en ruta con la K 1600 y sus variantes.

Para el Grupo BMW, el 2022 será un año clave para lograr sus metas de garantizar una cadena de suministro más sustentable, en su camino hacia un futuro en el que planea alcanzar la neutralidad en su huella de carbono hasta el 2050.





POSVENTA: CLAVE PARA MERCEDES-BENZ Y EL SEGMENTO PREMIUM

El servicio posventa es uno de los componentes más importantes del negocio automotor, pues se encarga de mantener el óptimo estado mecánico de un vehículo y alargar su vida útil.

Al acudir a un taller oficial, el cliente se asegura de que en su auto se utilicen repuestos originales, insumos homologados, equipos de diagnóstico de última tecnología y la mano de obra de técnicos calificados.

Y si esta labor es importante en las marcas generalistas, en las marcas premium lo es aún más debido a la sofisticación y complejidad tecnológica que tienen los vehículos de alta gama, especialmente los más modernos.

Tal es el caso de Mercedes-Benz, cuyo taller incluso tiene conexión directa con las fábricas para recibir soporte interna-

cional en los casos más complicados. Todo esto, sumado al estricto cumplimiento de normas internacionales de la compañía, marca una diferencia muy importante en relación con la oferta de los talleres particulares.

Según Michael Hanisch, gerente de Posventa de Autolider, representante de Mercedes-Benz en Ecuador, hay establecimientos que pueden ofrecer lubricantes, filtros, bujías y otros elementos equivalentes a los que utiliza el distribuidor oficial, pero no disponen de los equipos tecnológicos ni de las actualizaciones de software que permiten detectar ciertas fallas y brindar un servicio único a los clientes.

En buena medida, esto explica por qué en los cinco años posteriores a la venta de un vehículo la compañía mantiene a alrededor de un 70% de propietarios

como usuarios de sus talleres para tareas preventivas y correctivas. Se trata de una cifra alta, especialmente si se toma en cuenta que el promedio de las marcas no premium es del 30% en el mismo plazo.

Hanisch indica que la mayoría de clientes de los talleres de Mercedes-Benz posee vehículos con hasta 10 años de antigüedad. Sin embargo, también hay quienes tienen ejemplares con 15, 20 o más años que los adquirieron a distribuidores anteriores.

En estos casos, dependiendo del modelo y de su año de fabricación, la provisión de repuestos puede complicarse. "Hay piezas de vehículos antiguos que la marca ya no produce o son de baja rotación. Podemos conseguirlas de una u otra manera, pero ese proceso puede tardar", asegura.

Mercedes-Benz ofrece una garantía de dos años con kilometraje ilimitado para sus vehículos, que puede parecer corta pero es el plazo que la marca maneja a nivel regional. Sin embargo, Hanisch dice que Autolider está tratando de ampliar esas condiciones través de una alianza estratégica con una compañía aseguradora.

UNO MÁS DE LA FAMILIA



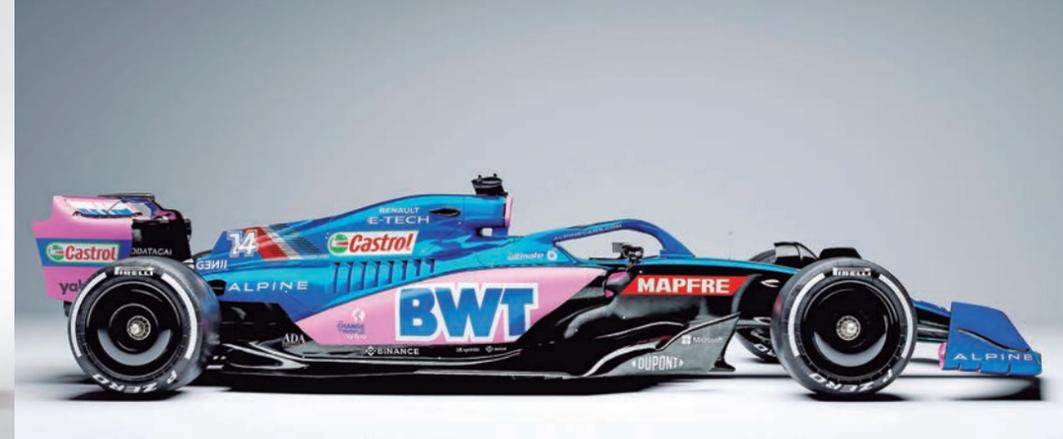
DESDE
BAIC \$17.990
X35
CRÉDITO DIRECTO TASA DESDE 9.9%

QUITO: Av. Eloy Alfaro S40-153 y José Querí
GUAYAQUIL: Hilton Colón, Av. Fco. de Orellana y Víctor Hugo Sicouret

1800 2242 32
baic.ec 096 336 0021
baicEcuador 02 342 9312

red AUTOMOTORES & ANEXOS IIIII

La escudería B de Red Bull tiene el reto de mejorar en la zona media de la parrilla.



Las posibilidades del Alpine A522 despiertan grandes expectativas.

El próximo 20 de marzo arrancará el Campeonato Mundial de Fórmula 1 2022, el número 73 en la historia de la máxima categoría del automovilismo, que culminará el 20 noviembre en Abu Dabi.

El calendario aprobado por la Federación Internacional del Automóvil (FIA) contempla la cifra récord de 23 grandes premios, en una temporada marcada por un nuevo reglamento técnico llamado a revolucionar a este deporte, pues tiene la intención de reducir las enormes brechas existentes entre los equipos grandes y chicos.

Pero aunque la teoría y las expectativas de muchos aficionados alrededor del mundo apuntan hacia ese objetivo, la realidad podría ser distinta, al menos durante las primeras carreras o incluso durante el primer año de aplicación de las nuevas reglas.

"Los nuevos monoplazas deberían permitir a los pilotos estar más cerca unos de otros y, por lo tanto, luchar entre sí de forma aún más intensa", declaró Stefano Domenicali, director ejecutivo de la Fórmula 1, en una entrevista concedida al portal alemán 'Sport1'.

Sin embargo, el ex jefe de Ferrari no prevé que las diferencias se reduzcan de manera drástica en los grandes premios iniciales, pero confía en que eso suceda cuando las restricciones en el desarrollo de los monoplazas y el límite presupuestario de los equipos impidan a las escuderías con mayores recursos lograr ventajas que resulten inalcanzables para sus rivales.

La ampliación del calendario se enmarca en una nueva filosofía de la F1, que busca diversificar sus escenarios tradicionales y alcan-

F1 2022:



¿LLEGARÁ LA ESPERADA IGUALDAD?

zar a una audiencia cada vez mayor. Debido a las restricciones que China mantiene para controlar la pandemia del covid-19, este año no se realizará el gran premio de ese país asiático.

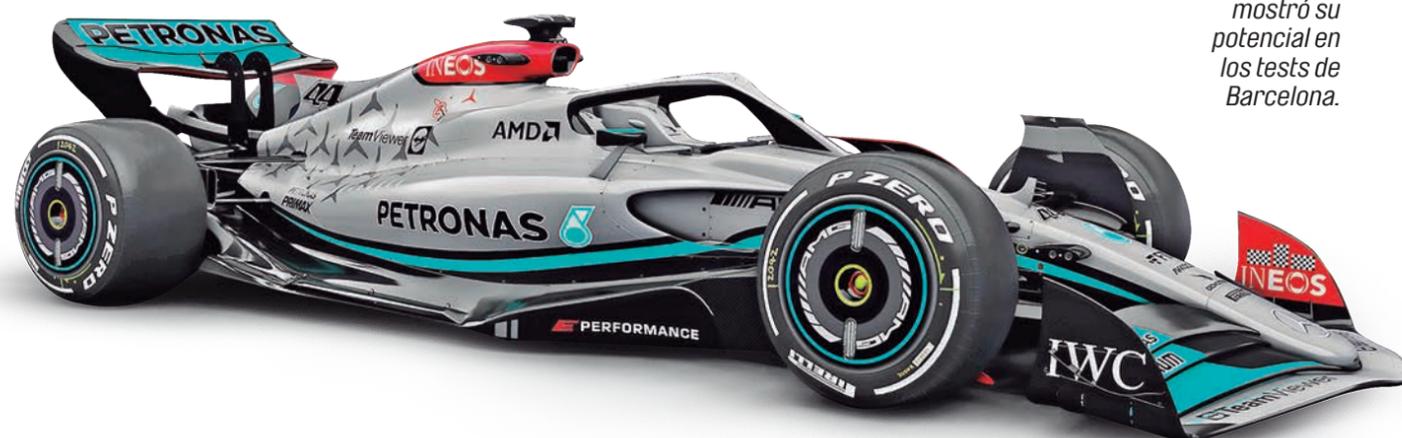
Su lugar lo ocupará Emilia-Romaña (Italia), mientras que Australia, Canadá, Singapur y Japón, ausentes en la temporada 2021, regresan al calendario. Además, se incorpora el Gran Premio de Miami, en el flamante autódromo internacional de esa ciudad, con lo cual se disputarán dos carreras en territorio estadounidense.

Además, tras la invasión de Rusia a Ucrania el pasado 24 de febrero, la FIA decidió cancelar el gran premio que se realizaría en el primer país durante el último fin de semana de septiembre. No obstante, su lugar podría tomarlo Portimao, en Portugal.

Todos los equipos participantes en el campeonato presentaron sus renovados monoplazas durante el mes de febrero. Después llegaron las pruebas de pretemporada divididas en dos jornadas de tres días cada una: del 23 al 25 de febrero en Barcelona y del 10 al 12 de marzo en Baréin.

Los resultados de los primeros ensayos mostraron un gran potencial de Ferrari y Mercedes, principalmente, pero no necesariamente permiten adelantar criterios acerca de cuál será el desempeño de los equipos y pilotos a lo largo del campeonato.

De acuerdo con Domenicali, sería de esperar que, al menos en una fase inicial del certamen, Mercedes y Red Bull sigan estando a la cabeza, seguidos por Ferrari y McLaren, y más atrás Alpine y Alpha Tauri en la disputa por la zona media de la parrilla.



El Mercedes W13 ya mostró su potencial en los tests de Barcelona.



El Red Bull R18 deberá demostrar sus capacidades ya sin un motor Honda.



Nissan Ecuador recibió a ejecutivos internacionales de la marca japonesa

Automotores y Anexos, distribuidor de Nissan en Ecuador, recibió a representantes de la unidad de importadores de la marca en la región, quienes visitaron el país para conocer el mercado automotor nacional, evaluar las oportunidades de crecimiento y presentar los planes de electrificación para la gama de vehículos que llegarán al país. Los ejecutivos compartieron la visión global 'Nissan Ambition 2030' de la marca con los equipos comerciales locales.



Teojama Comercial llevó a cabo su concurso de habilidades interno



Con la participación de 72 colaboradores, Teojama Comercial, distribuidor de Hino en Ecuador, llevó a cabo su competencia anual interna de habilidades 'Teojama Skills Contest 3S 2021'. Esta iniciativa promueve el desarrollo técnico y profesional del equipo humano en las tres áreas claves de la empresa: ventas, servicios y repuestos. Tras varias pruebas teóricas y prácticas se eligió a cuatro ganadores de cada área.

Terpel Ecuador premió a los ganadores de una campaña



Terpel Ecuador, empresa comercializadora de combustibles y lubricantes, llevó a cabo la premiación de su campaña "Tanquea y Gana \$100 mil en premios", en la que participaron más de 36.000 clientes a nivel nacional. La iniciativa tuvo un ganador de USD 50.000, tres ganadores de USD 10.000, 14 ganadores de USD 1.000 y 200 ganadores de tarjetas de consumo de gasolina Súper Evol-T de USD 30.

KIA se solidarizó con los damnificados por el aluvión de La Gasca, en Quito

KIA Ecuador se hizo presente con ayuda para los damnificados del aluvión ocurrido en el sector de La Gasca, en Quito, a finales de enero. Su contribución benefició a los damnificados que perdieron no solo a sus seres queridos, sino que también sufrieron perjuicios económicos. La marca entregó dos vehículos cero kilómetros y corrió con los gastos de las reparaciones de automóviles afectados y deducibles de seguro. La suma de la donación ascendió a más de USD 60.000.



(P)

T-Cross
Más que un SUV, un SUVW

Desde \$24.990



Radio VW Play 10,1" conectividad wireless

Tablero Digital

Sunroof Panorámico*

Ahora nueva versión automática

Encuétralo en: **Quito:** Assa, Proauto, Ecuawagen, Recordmotor / **Guayaquil:** E.Maulme, Norwagen / **Cuenca:** Mirasol, Recordmotor / **Ambato:** Assa / **Riobamba:** Assa / **Ibarra:** Norwagen / **Loja:** Mirasol / **Manta:** Assa

*Precio puede variar sin previo aviso. *Aplican condiciones

volkswagen.com.ec

[f VolkswagenEcuador](#) [@ volkswagen_ecuador](#) [Volkswagen Ecuador](#) [Volkswagen de Ecuador](#)

Los Mazda 3 y CX-30 ya cuentan con la tecnología E-Skyactiv G

Corporación Maresa llevó a cabo el evento de presentación de la nueva tecnología E-Skyactiv G de Mazda, en Guayaquil. Se trata de un sistema híbrido que optimiza el desempeño y rendimiento de los vehículos, mejorando a la vez el placer de la conducción. Esta tecnología, además, posibilita un ahorro de combustible de hasta un 20%. Inicialmente, los modelos Mazda que equipan esta innovadora tecnología son el 'hatchback' 3 y el SUV CX-30.



Continental Tire celebró el campanazo de la Bolsa de Valores de Quito



Continental Tire Andina celebró el Campanazo de la Bolsa de Valores de Quito para conmemorar la emisión del Quinto Programa de Papel Comercial, en conjunto con Metrovalores. Este evento resaltó la trayectoria, innovación y crecimiento que ha tenido Continental durante sus 150 años a nivel mundial, así como su inversión de más de USD 85 millones en la planta de Cuenca en los últimos 10 años.

Localiza y Uber presentaron la primera flota de autos eléctricos



La arrendadora de autos Localiza, en alianza con Uber, presentó la primera flota de vehículos eléctricos KIA Soul EV integrada a la aplicación en Quito y Guayaquil. Este innovador lanzamiento convierte a Ecuador en el primer país de la región Andina en ofrecer viajes con vehículos eléctricos, promueve una movilidad sostenible y contribuye a reactivar la economía de los socios conductores.

Nissan y Renault abrieron un nuevo concesionario en Samborondón

Automotores y Anexos (Ayasa), empresa representante de Nissan y Renault en el Ecuador, inauguró un concesionario de ambas marcas en el centro comercial La Piazza, ubicado en Samborondón. Allí, tanto Nissan como Renault ofrecerán sus gamas completas de vehículos y dispondrán de talleres para servicio posventa. De esta manera, Ayasa continúa acompañando a sus clientes a nivel nacional, brindándoles los mejores productos y soluciones en el mercado automotor.



Una obra maestra es eterna, cuando es cuidada por manos expertas.



VISITA NUESTROS TALLERES OFICIALES,

recibe la asesoría y seguimiento de un equipo profesional capacitado para llevar tu experiencia postventa a un nuevo nivel.

Obtén diagnóstico electrónico gratuito.

*Beneficio válido hasta marzo 2022 para nuevos clientes y autos desde el año 2000 hasta el 2014.

*Aplica condiciones.



Quito: Av. 10 de Agosto y Naciones Unidas.

Guayaquil: Av. Juan Tanca Marengo km 2/5. Urbanización Urdenor 2 mz.

Cuenca: Av. España 8-31 y Barcelona.

Mercedes-Benz en Ecuador es Autolider





CHANGAN AUTO
CALIDAD SIN RIVALES

(P)

HUNTER **TURBO**



SIENTE EL **PODER**
PARA DESAFIARTE

POR:

\$28.990



Motor 2.4 TURBO



204 HP



Más de 1 tonelada
de carga



Cabina tecnológica,
amplia y cómoda

*Términos y condiciones sobre el financiamiento consúltalo con un asesor comercial. Aplican condiciones.

VISÍTANOS: Guayaquil | Quito | Cuenca | Santo Domingo | Manta | Machala | Ambato | Latacunga | Riobamba