



↓

Veranda

Carlos Velázquez

carlos.velazquez.mayoral@gmail.com

CBX, 10 años del driver de CaliBaja

• 2022 tiene el récord de 4.2 millones de usuarios, tras la recuperación de la pandemia.



↓

Cuenta corriente

Alicia Salgado

contacto@aliciasalgado.mx

Aumento arancelario, sigue la fricción automotriz

San Diego, California.— **Laura Diez Barroso**, una de las inversionistas que desarrollaron el Cross Border Xpress (CBX), narró en el décimo aniversario de esta obra que liberó el potencial de CaliBaja —como se conoce a la región conformada por Baja California y California— cómo nació este proyecto desde una torre de control.

Junto con su esposo, **Carlos Laviada**, estaban en el punto de observación más alto del Aeropuerto de Tijuana, cuando vieron un enorme terreno vacío en EU, pegado a la frontera con México. “Vamos a comprarlo”, decidieron, para construir un puente seguro que agilizara el acceso entre ambos países y que a ellos les costaba hasta tres horas de espera cuando iban a visitar a su mamá.

Siendo accionistas del Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP), sabían que el tránsito entre ambos países aumentaría enormemente, comenzando porque el aeropuerto de San Diego opera con horarios limitados para evitar la contaminación auditiva.

Eduardo Sánchez Navarro, también socio del GAP, y **Juan Gallardo** estuvieron de acuerdo; pero los inversionistas españoles de la organización aeroportuaria se opusieron, por los riesgos que conllevaría obtener los permisos del gobierno de EU. En cambio aceptaron que los mexicanos lo hicieran, pero con una empresa distinta.

Gallardo era amigo de **Sam Zell** (q.e.p.d.), el mayor desarrollador inmobiliario de EU, hombre duro y astuto, que escribió una autobiografía llamada *Para decirlo sutilmente*, cuando él podía ser cualquier cosa menos sutil, según cuenta el empresario. **Zell** se entusiasmó con la idea y con sus relaciones y poder logró que el gobierno de **Barak Obama** diera los permisos de una obra que, según **Gallardo**, sobre todo fue posible porque hubo confianza entre socios y porque todos apostaron su dinero. La obra inicial costó 130 millones de dólares de 2015 y **Gallardo** y **Sánchez Navarro** me dijeron que por lo menos la mitad fueron aportaciones, pues hasta que estuvo el terreno y comenzó la construcción se obtuvieron los créditos.

Ayer, en un emotivo evento por los 10 años

en donde autoridades de los dos países compartieron elogios sobre este proyecto binacional, **Jorge Goytortúa**, el director general del CBX, celebró el empuje de quienes vieron el potencial del puente, arriesgaron su capital y persistieron hasta conseguirlo. Hoy, 29.5 millones de usuarios han cruzado y de los dos millones al año que se estimaban al principio, este año lo harán 4.1 millones, siendo 2022 el año récord con 4.2 millones por la recuperación de la pandemia. El trabajo de **Goytortúa**, quien comenzó su carrera en el mundo de la aviación detrás de un mostrador de Mexicana, es que el CBX siga creciendo.

El cruce de viajeros está limitado por condicionantes exógenas como la capacidad aérea, hoy, por ejemplo, sigue afectada 21% de la flota de los Airbus de Viva y Volaris; el comportamiento de la economía y hasta por situaciones políticas, como el temor que causó a comienzos de año entre los mexico-estadunidenses, el endurecimiento de las políticas migratorias de **Donald Trump**.

Hoy 70% de los ingresos los generan los cruces, 20% el estacionamiento y el resto otros servicios, por eso ahora el consejo de administración está analizando abrir un hotel de 140 habitaciones, para el que incluso podrían contratar nuevamente al despacho Legorreta, que diseñó el edificio del CBX.

También se prevé ampliar los cajones de estacionamiento, pues actualmente pernottan allí hasta cinco mil vehículos, pues 75% de los clientes reside en California y sólo 25% es de México y otros países. Además, el sitio web se está convirtiendo en un *market place* para la venta de seguros, servicios internacionales de telefonía (e-sims) y venta de paquetes de viajes con agentes y operadores asociados.

Otro dato es que 38% de los californianos, incluyendo el norte del estado, que viajan a México lo hacen a través del CBX y 50% de los mexicanos que, a su vez, van a California.

El nuevo sueño es hacer un CBX peatonal por la garita de San Isidro, por donde cruzan 50 mil personas diariamente, quizá un capítulo más de una historia empresarial que ha probado el poder de las alianzas entre mexicanos y estadounidenses.

DISTORSIÓN DEL MERCADO

Problemas por ventas de camiones chatarra

Generan, además, riesgos de seguridad en las carreteras y provoca mayores emisiones contaminantes

POR NAYELI GONZÁLEZ
nayeli.gonzalez@gimm.com.mx

La importación de camiones usados, provenientes principalmente de Estados Unidos, está afectando de manera importante al mercado, pues por cada 100 unidades nuevas que se venden en el país se introducen 69.5 viejas, lo que distorsiona el mercado, genera riesgos de seguridad en las carreteras y provoca mayores emisiones contaminantes por parte del parque vehicular.

Datos de la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT) muestran que, al cierre de septiembre de 2025, se han importado al país 18 mil 949 camiones pesados.

Si bien la cifra representa una reducción de 19.4% en comparación con las 23 mil 511 unidades del mismo periodo de 2024, se trata de la segunda cifra más alta de los últimos años.

De acuerdo con la ANPACT, eso ha llevado a que, por cada 100 camiones nuevos vendidos en México, lleguen al país no menos de 69.5 unidades, lo que representa un aumento si se compara con los 51.1 que llegaban en 2024.

Es importante mencionar que entre 2022 y 2023



Foto: Archivo

La mayoría del parque vehicular que ingresa a México proviene de Estados Unidos, sin que la autoridad ponga más atención.

69.5 CAMIONES CHATARRA se venden por cada 100 nuevos

el rango de usados sobre los nuevos era de 20.3 y 38.4 unidades por cada 100 nuevas.

Es así que la importación de vehículos pesados usados representa un grave problema para el mercado mexicano, pues afecta la venta de unidades nuevas y obstaculiza la renovación de la flota nacional.

A pesar de una disminución en el volumen de importaciones durante 2025, el fenómeno sigue distorsionando el mercado, con un margen alarmante que revela la magnitud del desafío.

Rogelio Arzate, presidente de la ANPACT, ya aseguó en diversas ocasiones

que este fenómeno perjudica en aspectos clave como la seguridad en las carreteras, el ambiente y la propia industria nacional, que ve mermadas sus ventas y la posibilidad de renovar la flota con vehículos más modernos y eficientes.

Reconoció que se ha logrado avanzar luego de que la Secretaría de Economía (SE) en conjunto con la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), emitieran el acuerdo por el que se estimulan las condiciones ambientales a que se sujeta la importación de vehículos usados equipados con motor a diésel y con un peso bruto mayor a tres mil 857 kilogramos.

La nueva norma tiene como principal condicionante que los motores no tengan más de 10 años de antigüedad, condicionantes con las que se espera que se reduzca este problema, aunque para este año aún persiste.

TOP 7 DINERO

Las marcas chinas

Cerca de 30 marcas automotrices de origen chino han llegado a México en los últimos años, algunas de ellas han implementado agresivas estrategias de negocios.

— Nayeli González



MG Motor

Tiene como una de sus principales metas alcanzar 4.0% de la participación de mercado en México y, eventualmente, establecer una planta de manufactura para la que invertirá mil millones de dólares.



GWM

Operando desde septiembre de 2023, con la comercialización de sus primeros modelos, abrió sus primeras agencias a finales de ese año. Su estrategia la ha posicionado en la quinta entre marcas asiáticas.



BYD

Llegó a México a principios de 2023, y en marzo de ese año comenzó con la venta de sus autos eléctricos de alta tecnología y precios competitivos. Tan solo en 2024, superó la venta de 40 mil unidades. Sin embargo, en agosto pasado aseguró que desde su llegada ya había acumulado ventas por 80 mil unidades.



JAC

Es la única empresa de origen chino que ya cuenta con una planta de manufactura en México. El complejo, ubicado en Hidalgo, ya tiene la capacidad de producir localmente hasta 60 mil unidades al año.



Chirey

Uno de los mayores fabricantes y exportadores de autos desde China, y en México se comercializa bajo su marca Chirey. Entre los principales planes se encuentra la construcción de una planta de ensamble.



Changan

Llegó a México a través de su alianza con Motor-nation en agosto de 2021. En 2023 siguió los pasos de Saic Motor y de Grupo Chery. Esto le permitió impulsar su propia estrategia de negocios.



Motornation

Es una empresa mexicana que funciona como distribuidor y plataforma para marcas de autos de origen chino en territorio nacional. Actualmente, comercializa las marcas BAIC, JMC, DFSK y SERES.