

NOTIKIA

ASOCIACIÓN MEXICANA DE DISTRIBUIDORES KIA A.C.



**SE RALENTIZA
EL FINANCIAMIENTO
AUTOMOTRIZ**

**KIA MÉXICO
VA POR CUARTO
LUGAR EN VENTAS**

27 DE ABRIL DE 2018 | NOTIKIA | Año 2 No. 22

**ESTOS SON LOS 15 AUTOS
PREFERIDOS POR
LOS MEXICANOS**

**KIA Y CONALEP BUSCAN
INCORPORAR ESTUDIANTES
A LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ**

"La información aquí publicada fue revisada por el comité editorial de la Asociación Mexicana de Distribuidores Kia A.C. y no expresa ni representa las opiniones o posturas de la asociación o sus miembros."

TWITTER: @AmdkAc | FACEBOOK: AMDKasoc | YOUTUBE: ASOCIACIÓN MEXICANA DE DISTRIBUIDORES KIA Ac



AMDA PLANTEA ACUERDO PARA IGUALAR COBRO DE IMPUESTOS A VEHÍCULOS

El Director General Adjunto de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), Guillermo Rosales Zárate, propuso elaborar un acuerdo nacional que reconsidere el cobro de impuestos a vehículos, ante las diferencias que existen en la materia en las entidades federativas. En entrevista, destacó que modelos como el impuesto a la tenencia vehicular debe dejarse atrás, toda vez que no considera nuevos factores en el mercado como los avances tecnológicos.

Precisó que debe dejarse atrás la fórmula en la que entre mayor es la facturación de un auto mayor es el impuesto, sin considerar factores como menores emisiones, mayor seguridad, menores riesgos. "Nada de eso se toma en cuenta en estas fórmulas, es sólo el precio total de la factura, sobre eso un porcentaje y pagar". Este, dijo, es uno de los planteamientos a los candidatos a la Presidencia.

Para la contribuyentes en la Ciudad de México y el Estado de México, en donde permanece el pago de la tenencia a partir de un subsidio parcial, cada vez es una carga mayor no considerar el incremento en esos niveles de subsidio el factor de actualización.

Otra variable en el tema fiscal, refirió, es que la deducibilidad de los vehículos está topada a 175 mil pesos, lo mismo que en 2007, sin incrementar el valor actual, sino sólo trayendo a valor presente lo que eran 175 mil pesos en 2007; hoy se traduce a un mínimo de 300 mil pesos.

Rosales Zárate refirió además que debido al diferencial del cobro de la tenencia en los diferentes estados, los consumidores buscan emplacar la unidad en una entidad en donde no se cobre el impuesto.

Ello genera distorsión del mismo y en consecuencia se ha detectado un mayor número de vehículos emplazados en ciertas entidades y una disminución en otra.

"La reacción de las autoridades en este caso es equivocada, porque lo que se les ocurre es culpar al ciudadano, cuando estamos ante un modelo de impuesto obsoleto que en el corto plazo debería desaparecer como ya lo hicieron en 20 entidades y de una vez por todas plantear un acuerdo nacional que proponga cómo debe de ser el cobro de los impuestos en los vehículos", concluyó.



El crédito para comprar automóvil en México ha tenido un retroceso en los últimos meses.

En el primer bimestre de 2018, el crédito bancario avanzó 16 por ciento respecto a igual periodo del año pasado, según datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Sin embargo, este incremento es insuficiente para mejorar la venta de autos en México, que en marzo cumplió 10 meses con caídas consecutivas. Esto, debido a que los bancos tienen 24.6 por ciento del mercado de crédito, mientras que las financieras de marca poseen 71.5 por ciento y los esquemas de autofinanciamiento 3.8 por ciento.

Hasta diciembre de 2017, las financieras de marca habían dado crédito para 743 mil 488 vehículos, 21 mil unidades menos que el año previo, según la última medición de la Asociación Mexicana de Distribuidores Automotores (AMDA).

Y son pocos los bancos que realmente están interesados en el sector. En BBVA Bancomer, que es el principal financiador en este segmento del crédito, el aumento del último año fue de 10 por ciento, ya que el crédito otorgado subió de 40 mil 138 millones de pesos a 44 mil 249 millones de pesos. Banorte dio un salto de 29.5 por ciento, ya que el financiamiento que colocó subió de 15 mil 749 millones de pesos a 20 mil 409 millones de pesos. Scotiabank, se expandió 25.5 por ciento al pasar de 16 mil 837 millones de pesos a 21 mil 135 millones de pesos en el periodo analizado. Citibanamex, prácticamente no participa en este tipo de financiamiento, ya que sólo otorgó 132 millones de pesos a febrero de 2018, cuando hace un año el monto fue mayor, de 175 millones de pesos.

FUENTE: <https://www.pressreader.com/mexico/reforma/20180412/282424169801201>

Sin embargo, el índice de morosidad de Citibanamex (cartera vencida entre cartera total) en autos se disparó de 17.42 a 25.30 por ciento.

Falta participación

Los bancos tienen menor participación en el crédito automotriz frente a las Sofomes de las distribuidoras.

Cartera de crédito automotriz
(Millones de pesos)

Banco	Ene-Feb 2017	Ene-Feb 2018
BBVA Bancomer	40,138	44,249
Santander	92	276
Banamex	175	132
Banorte	15,749	20,409
Scotiabank	16,837	21,135
Inbursa	17,164	18,841
Sector	105,560	122,543

FUENTE: Consar

CONSUMIDORES SON MÁS DESCONFIADOS:

MEXICANOS APLAZAN LA COMPRA DE AUTOS

Por la incertidumbre que generan las elecciones y el panorama económico, las posibilidades de que los mexicanos compren un automóvil o ahorren están en su nivel más bajo de los últimos siete años.

En marzo pasado, el índice que mide las posibilidades actuales que aprecian los mexicanos para ahorrar alguna parte de sus ingresos se desplomó 9.1% a tasa anual, lo que significó el mayor descalabro para un periodo similar desde el año 2012.

En esa misma línea, el indicador sobre la expectativa de algún miembro del hogar para comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos dos años cayó 5.4%, el descenso más pronunciado para un mes igual en siete años.

Con ello, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) registró una caída de 0.3% de febrero a marzo de este año. El indicador se colocó en 82.5 puntos en el tercer mes del año, nivel por debajo de las 83.7 unidades que esperaban los analistas de CitiBanamex, Sin embargo, agregó que otro factor que presiona el consumo son las secuelas que todavía enfrenta la economía por la pérdida de de 2.2% que observó el poder adquisitivo durante 2017, por el alza (de 6.77%) en la inflación.

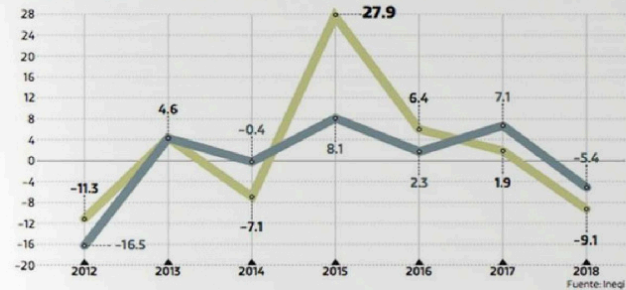


Encuesta a consumidores

Los datos mensuales del Inegi indican que en marzo la confianza no está en su mejor momento

Variación mensual para marzo de cada año

— Posibilidades actuales de ahorrar alguna parte de sus ingresos
— Planeación de algún miembro del hogar para comprar un automóvil nuevo o usado en los próximos 2 años



Por ello, en marzo pasado, el indicador que valora las posibilidades que aprecian los mexicanos para para comprar un vehículo nuevo o usado en los próximos dos años cayó 5.4% a tasa anual, según datos ajustados por estacionalidad del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). La cifra es la más baja para un mes similar desde el año 2012 (previo a las elecciones presidenciales de ese año), cuando cayó 16.5%.

Otro indicador que mostró una caída considerable fue el índice que mide las posibilidades económicas que aprecian los mexicanos para salir de vacaciones durante los próximos 12 meses, el cual descendió 8.3% durante marzo pasado respecto al mismo mes de 2017. De acuerdo con las últimas reportadas por la industria automotriz, la venta de vehículos en México sigue en picada, pues con marzo suman 10 meses consecutivos de retrocesos. Solo en ese mes se vendieron 118 mil 600 autos, 13.4% menos que el mismo mes del año anterior. Los datos de las asociaciones mexicanas de la Industria Automotriz (AMIA) y de Distribuidores de Automotores (AMDA) indican que las ventas acumuladas al primer trimestre de 2018 fueron de 337 mil 229 autos, una caída de 10.8% si se compara con el mismo periodo del año previo.

AHORRADORES Y 'COQUETOS', ASÍ LES GUSTAN LOS AUTOS A LOS MILLENNIALS



El movimiento constante en el precio de la gasolina desde la apertura del mercado en enero pasado causó que los millennials mexicanos (nacidos entre 1977 y 1994) tomaran como segundo factor importante en la elección de un auto nuevo el consumo de combustible, sólo superado por diseño exterior, según el estudio "Índice de Satisfacción del Cliente 2018" que realizó la consultora J.D. Power.

Esta generación es cada vez más relevante dentro de la industria automotriz, pues más de 40 por ciento de las personas que compra un vehículo nuevo en el país son millennials.

En conferencia, Gerardo Gómez, Director Senior y Country Manager de J.D. Power de México, indicó que el precio de los vehículos también es importante en la selección de una marca automotriz.

"Los distribuidores que busquen atraer a segmentos de compradores más jóvenes necesitan enfocar la atención en características como consumo de combustible y diseño al tratar de venderles un auto", explicó Gómez.

Agregó que, al igual que en Estados Unidos, las preferencias de los clientes tiende hacia las camionetas SUV, pero el constante incremento en el precio de la gasolina podría disminuir la demanda de éstos y otros vehículos más grandes.

Dentro del estudio, también destacaron que el contenido de un sitio de internet es importante en la búsqueda de un auto.

Destacan que las personas prefieren visitar las páginas de las marcas y distribuidores, y que los contenidos más útiles son las galerías de fotos, precios e información sobre modelos.

Asiáticas dominan satisfacción al cliente

Mazda, KIA, Hyundai, Honda y Nissan son las cinco empresas en México que dominan la satisfacción del cliente en el mercado automotriz de volumen, informó la consultora J.D. Power.

En su estudio "Índice de Satisfacción del Cliente 2018", informó que en el caso del mercado de lujo los que encabezan las preferencias son GMC, Mercedes-Benz, Audi y BMW.

Este estudio, ahora en su quinta edición, está basado en un análisis profundo de la experiencia de compra de un auto nuevo y examina la satisfacción del cliente con el distribuidor que le vendió el vehículo a través de 5 factores que son proceso de entrega, negociación, vendedor, instalaciones y prueba de manejo.

El estudio de satisfacción de ventas en México está basado en las evaluaciones de 3 mil 303 entrevistas con dueños de vehículos nuevos de entre 1 y 12 meses de propiedad. Las encuestas se realizaron entre septiembre de 2017 y marzo de 2018.

KIA MÉXICO VA POR CUARTO LUGAR EN VENTAS



Kia Motors apuesta a superar la venta de 100,000 vehículos en México, que representaría un crecimiento por arriba de 15% al finalizar el 2018, aun cuando la industria en general se enfrenta a una desaceleración. Este repunte le permitirá a la coreana escalar al cuarto sitio en el mercado mexicano.

Horacio Chávez, Managing Director KIA Motors México, afirmó que su crecimiento en ventas ya considera al 2018 como un "año difícil". En entrevista, el directivo de la marca coreana mostró optimismo en ganar participación de mercado bajo la estrategia de lanzamientos como la minivan Sedona en el otoño y la renovación de productos como la SUV Sorento, el nuevo Forte, y Rio que se mantendrá como líder. Pero su apuesta, dijo, será integrar una estrategia del mayor uso de tecnologías para atraer al cliente, bajo catálogos y seguimientos del auto elegido. Chávez afirmó que Kia posee un gran potencial de crecimiento en el mercado mexicano, mientras que otras automotrices pierden atractivo.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), Kia presentó crecimiento de 22% y ventas por 23,201 unidades en el primer trimestre del año; en tanto, Toyota —su competidor más cercano y que ocupa el sitio cuatro en ventas— se mantuvo sin crecimiento y comercializó 25,742 autos.

El Managing Director de Kia en México atribuye su boom en ventas a que se ha hecho un buen link con el cliente, "somos una marca atractiva y nuestro reto es ser la marca más deseada y confiable en el mercado mexicano y trabajamos por eso". Al presentar su modelo Sorento 2019, Horacio Chávez dijo que la SUV permitirá incrementar sus ventas y mantener el liderazgo en el segmento de los más competidos, el SUV.

ESTOS SON LOS 15 AUTOS PREFERIDOS POR LOS MEXICANOS



En el primer trimestre del año, los modelos Nissan son los de mayor preferencia entre los consumidores mexicanos, de acuerdo con los datos más recientes de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA). Versa y March, ambos de la automotriz japonesa, fueron los autos más vendidos.

A continuación, te presentamos los 15 modelos más exitosos en el país:

Modelo	Unidades
Versa	22,497
March	13,674
AVEO	13,238
Vento*	12,952
Jetta	9,409
Beat*	9,393
Sentra 2.0	9,329
Beat 4 puertas*	5,116
KIA Río Sedán	5,019
Figo Sedán*	4,745
Yaris Sedán*	4,047
Attitude*	3,909
Honda City*	3,725
Mazda 3 Sedán*	3,635
Ibiza 4 puertas*	3,489*

Automóviles que son importados

La producción de autos baja y exportaciones suben. La producción de vehículos de México cayó 10.9% en marzo a tasa interanual, mientras que las exportaciones crecieron un 7.5%, informó la AMIA.

En el tercer mes del año, se produjeron 331,109 unidades, cifra menor a los 328,352 automóviles producidos el mes previo.

En cuanto a las exportaciones, se registraron 327,955 unidades mientras que, en febrero, la cifra fue de 275,980 autos. México exporta la mayor parte de su producción de vehículos a Estados Unidos, su principal socio en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que también incluye a Canadá.

KIA Y CONALEP

BUSCAN INCORPORAR
ESTUDIANTES A LA
INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

KIA Motors México y el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (Conalep) Estado de México, firmaron un convenio para apoyar a estudiantes y egresados de la institución con estudios afines a la industria automotriz.



LA ARMADORA COREANA INFORMÓ EN UN COMUNICADO QUE LA ALIANZA CONSTA DE DOS VERTIENTES QUE COMPLEMENTAN EL OBJETIVO DE LA AUTOMOTRIZ: APOYAR LA EDUCACIÓN Y GENERAR EMPLEOS EN EL PAÍS.

La primera parte de este acuerdo es sumar a Conalep a la bolsa de trabajo de los distribuidores KIA, dándole oportunidad a los egresados de tener empleo en el área de mantenimiento y servicio de los vehículos.

La segunda parte de este convenio trata de potencializar el Programa de Educación Dual que tiene la institución educativa, donde los mejores estudiantes de los últimos semestres podrán realizar sus prácticas profesionales en los distribuidores KIA por un plazo de seis meses, abierto a contratación, después de este periodo.

La firma de esta alianza se realizó en las oficinas de KIA Motors México y contó con la presencia del Presidente de la Asociación Mexicana de Distribuidores Kia, A.C. y directivos de la Secretaría de Educación del Estado de México, también de Conalep y KIA Motors México.

"Para KIA Motors México es un orgullo impulsar la educación del país apoyando a instituciones académicas como Conalep y dando oportunidad de aprendizaje, experiencia y crecimiento profesional a estudiantes y egresados, pues estamos convencidos que la generación de empleos es un pilar clave en el progreso de México" dijo el Managing Director de KIA Motors México, Horacio Chávez.

#KIATIP

KIA

en el mundo



EL NUEVO KIA

PROCEED SHOOTING BRAKE
LLEGARÁ EN PARÍS 2018

+Consulta la nota completa [AQUÍ](#)



KIA, EN VALENCIA

CON LOS HÉROES
DE LA COPA DAVIS

+Consulta la nota completa [AQUÍ](#)



KIA DESARROLLA UN

SISTEMA DE RECARGA
INALÁMBRICA PARA
VEHÍCULOS ELÉCTRICOS

+Consulta la nota completa [AQUÍ](#)