

Dólar caro deja a sector automotriz en 'doble sentido' (El Financiero 23/09/16)

Dólar caro deja a sector automotriz en 'doble sentido' (El Financiero 23/09/16) AXEL SÁNCHEZ
asanchez@elfinanciero.com.mx Viernes, 23 de septiembre de 2016 El encarecimiento del dólar frente al peso colocó a la industria automotriz en 'doble sentido': por un lado, beneficiará a las armadoras porque 80 por ciento de su producción se exportan, y por otro; disminuirá la oferta de vehículos en el mercado interno, al privilegiar la colocación del inventario en extranjero. En el Automotive Summit 2016, Eduardo Solís, presidente de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), dijo que gran parte de los ingresos de las armadoras son en dólares, dado que 70 por ciento de las unidades que se colocan en el extranjero se manda a Estados Unidos. "Los efectos que pueda tener el tipo de cambio son distintos en cada armadora por sus planes de negocio, tendría que revisarse cada caso", destacó el ejecutivo. México es el principal origen de los autos que se comercializan en Estados Unidos, descontando a los fabricados de manera interna, pues representa 35 por ciento de esta cantidad. Pero por otro lado, Carlos Alberto López de Nava, director general de Grupo Alden, refirió que el encarecimiento del dólar limita sus inventarios, pues las marcas prefieren vender sus autos en lugares donde la moneda no está tan depreciada. Durante su participación en el Automotive Summit México 2016, el ejecutivo puso como ejemplo que los automóviles que cuestan 22 mil dólares en Estados Unidos y que en México se ofrecen en 320 mil pesos, no resultan negocio para las armadoras, por lo que prefieren colocarlos en otros países donde la moneda no esté tan castigada frente a la divisa verde. "No hablaremos de ninguna marca en específico, pues es una decisión de cada una., ahora la demanda supera la oferta y por eso no se aprecia esta situación. Estamos trabajando los distribuidores con las marcas para ofrecer los mejores precios, aunque eso aprieta nuestros márgenes de ganancia", agregó. Martin Josephi, director general de Aston Martin, Lamborghini y Morgan Mexico, dijo a El Financiero, que como importadores de autos de súper lujo tuvieron que dialogar con las armadoras para crear coberturas y vender los autos en una paridad cambiara más accesible para los clientes y no perderlos. "Estamos trabajando en darle a los clientes un tipo de cambio más cómodo para no afectar las ventas en el país, pues consideran a México un mercado muy relevante. Si hubiéramos dejado el tipo de cambio con su alza, tal vez hubiéramos perdido ventas", destacó el directivo.