

Aminora pérdidas la industria automotriz (El Financiero 14/08/09)

Aminora pérdidas la industria automotriz (El Financiero 14/08/09) José Antonio Durán Viernes, 14 de agosto de 2009

Piden AMIA y AMDA impulsar comercialización en el mercado nacional. Necesario, ampliar la deducibilidad: Solís. Producción, exportación y ventas, a la baja. En julio la producción, exportación y venta interna de vehículos aminoró sus pérdidas. De acuerdo con la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) y la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), ese mes la producción total en el país retrocedió 24.8 por ciento, la exportación 25.6 y la venta al público 33.8 por ciento. Todas disminuciones, pero menos pronunciadas que las del mes previo. Así, en julio la producción se ubicó en 108 mil 897 unidades, la exportación en 90 mil 872 y la venta al público en 56 mil 443 unidades. Eduardo Solís y José Gómez Báez, presidentes de ambos organismos, respectivamente, indicaron que con esos resultados es indispensable impulsar las ventas en el mercado nacional y que los clientes no pospongan su intención de compra. Solís explicó, en conferencia de prensa, que se requiere ampliar la deducibilidad y poner en marcha depreciaciones aceleradas para impulsar las ventas. Asistieron también Adalberto González, director general de Industrias Pesadas y alta tecnología de la Secretaría de Economía, y María Elena Cantú, directora de Derichebourg Recycling México, una de las empresas recicladoras inscritas en el Programa de Chatarrización. El presidente de la AMIA comentó que si bien la caída en los diferentes rubros del sector automotor ha disminuido, ello se debe tomar con reserva, ya que la fabricación y las exportaciones tienen una caída promedio de enero a julio de este año de un 40 por ciento. Por su parte, José Gómez Báez comentó que el promedio de caída en las ventas en el país es de 31 por ciento, con cifras similares a la década de los noventa. Agregó que en Estados Unidos el descenso ha pasado del 40 por ciento promedio al 32 por ciento, gracias al programa de incentivos en la compra de unidades nuevas. Ambos agregaron que los indicadores del sector automovilístico en el mundo están ligados a la situación que prevalece en la economía mundial, por lo que el ambiente recesivo se sigue observando en los consumidores, quienes siguen posponiendo sus compras de bienes durables. Todos los sectores de la industria automotriz cerraron en México con bajas: los camiones pesados tuvieron una pérdida en ventas del 69.2 por ciento, los deportivos del 45.7, los subcompactos de 29.4, compactos 36.5, de lujo 26.5, usos múltiples 36.3 por ciento y camiones ligeros 37.5 por ciento. Este descenso generalizado también se presentó en las cifras acumuladas enero-julio de 2009, donde la caída total fue de 31.2 por ciento, equivaliendo a 186 mil 896 vehículos menos colocados, incluyendo el segmento deportivos. Por marcas, en los registros acumulados al séptimo mes de 2009, Nissan continuó en el primer lugar de ventas con 19.7 por ciento de penetración de mercado, seguido de GM (18), Volkswagen (14.4), Ford (11.9), Chrysler (10.5), Toyota (6.9), y Honda (4.6 por ciento), comercializando hasta 86 por ciento del total de vehículos ligeros en México. Las únicas tres marcas que lograron resultados positivos en el periodo de referencia fueron SEAT, con 13.7 por ciento, seguido de Acura con 8.2 y Audi con 2.6 por ciento. Solís y Gómez Báez señalaron que el Programa de Renovación Vehicular será el inicio de una nueva relación con la autoridad y la iniciativa privada, que redunde en más y mejores programas que reactiven el contraído mercado interno.