

CRÉDITO AUTOMOTRIZ

Los bancos buscan recuperar mercado

POR ALEXANDRA VILLAVICENCIO
 avillavicencio@gimm.com.mx

Hasta mayo, las financieras de las marcas automotrices mantuvieron la mayor participación de mercado, con 65.8 por ciento, respecto al 27.9 por ciento de los bancos. Con ello, las primeras tuvieron un aumento en su nivel de penetración de 3.2 por ciento, mientras que los segundos lo disminuyeron en dos por ciento, de acuerdo con información de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA).

Al respecto, Verónica Chau, analista líder de Instituciones Financieras, y Alejandro García, director de Instituciones Financieras de la firma calificadora Fitch Ratings en México, expusieron que los bancos ya trabajan en la búsqueda de alianzas estratégicas con las empresas automotrices para recuperar mercado en el financiamiento para la adquisición de vehículos.

En entrevista con **Excelsior**, expusieron que para los bancos el crédito para la adquisición de vehículos es un negocio atractivo, porque su nivel de cartera vencida es de sólo entre uno y dos por ciento en las financieras.

LA ESTRATEGIA

"Las empresas del sector automotriz están dispuestas a aceptar una mayor participación de los bancos, porque como se ha observado en los últimos meses, la venta de automóviles ha crecido bastante, incluso ya llegó a niveles récord. Yo creo que el apetito se va a dar mientras quieran diversificar sus canales de venta", expuso Alejandro García.

"La estrategia de la empresa automotriz es diferente de la financiera de marca, porque aunque obviamente la primera siempre le da preferencia a su financiera, al final lo que quiere es vender más automóviles, por lo que su estrategia es buscar canales de crédito", añadió Verónica Chau.

De acuerdo con analistas de Fitch, las instituciones financieras preparan alianzas con las automotrices



El éxito de las financieras automotrices cautivas se debe a los subsidios que reciben de sus compañías fabricantes a las que pertenecen."

ALEJANDRO GARCÍA
 DIRECTOR DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE FITCH

"La estrategia de la automotriz es diferente de la financiera de marca, porque, aunque obviamente la primera siempre le da preferencia a su financiera."

VERÓNICA CHAU
 ANALISTA LÍDER DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

a los subsidios que reciben de sus compañías fabricantes a las que pertenecen. Los costos de fondeo también se han mantenido bajo control y los fabricantes de automóviles se han comprometido a mantener la cuota de mercado en un entorno de crecimiento. Por lo general, las cuotas de mercado de las financieras cautivas calificadas por Fitch varían entre 30 y 50 por ciento de las ventas totales de la marca".

ENTORNO

La información de la AMDA indica que el nivel de otorgamiento de créditos durante los primeros cinco meses de 2015 es el mayor desde 2007.

El último dato acumulado representa un crecimiento de 27.2 por ciento respecto a los 245 mil 907 del año pasado, así como siete por ciento superior a los 292 mil 379 de 2007.

20
 POR CIENTO
 aumentó el financiamiento automotriz de enero a mayo de este año, según datos de la AMDA

EL RETO

Según la información más reciente de la AMDA sobre financiamiento, entre enero y mayo se vendieron vía crédito 312 mil 891 vehículos, de los cuales, 87 mil 373 fueron por medio de los bancos, 205 mil 955 de las financieras y 19 mil 563 de los autofinanciamientos.

Las financieras de las marcas, dijo García, gozan de ventajas competitivas, principalmente operativas respecto

ALALZA

De enero a mayo se registraron 312 mil 891 colocaciones de crédito, lo que representa un incremento de 27.2 por ciento.

3.2
 PUNTOS
 porcentuales aumentaron las financieras su participación de mercado, de enero a mayo de 2015

a los bancos. Éstas, explicó Chau, tienen como base la relación con la automotriz, lo que permite colocar al automóvil con mayor eficiencia debido a que se encuentra dentro de la distribuidora.

"El éxito de las financieras automotrices cautivas se debe