

COMUNICADO DE PRENSA

Contacto: Miguel Ángel Camarena
Coordinador de Comunicación
Tel. (55) 3688-3650 ext. 112 y (55) 3400-4276
mcamarenar@amda.mx

**PARA SU PUBLICACIÓN
INMEDIATA**

Firman convenio de colaboración AMDA y AMFE durante Foro de Autofinanciamiento

- **AUTOFINANCIERAS, DUEÑOS DE AGENCIAS Y VENDEDORES COINCIDIERON EN EL POTENCIAL DE ESTE ESQUEMA DE ACCESO A UN VEHÍCULO NUEVO**

MÉXICO, CDMX A 20 DE JULIO DE 2026.- Para profundizar en el conocimiento del cliente gracias al intercambio de información y prevenir el lavado de dinero, la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA) y la Asociación Mexicana de Entidades Financieras Especializadas (AMFE) firmaron un acuerdo de colaboración.

Durante las actividades del 4to. Foro de Autofinanciamiento, directivos de ambas asociaciones signaron tal documento en presencia de los casi 300 asistentes al evento destacando las bondades del acuerdo institucional en beneficio de sus respectivos asociados.

“La AMDA tiene una convicción de cumplimiento del marco jurídico del país tanto en lo que corresponde a las actividades propias de la institución pero no menos importante en lo que conlleva a la facilitación del cumplimiento de las obligaciones de nuestros Asociados y no hay tema en México con la importancia que tiene la prevención del lavado de dinero, involucrando a la sociedad mexicana en esta corresponsabilidad, además de exigir el cumplimiento de las obligaciones a cargo de las autoridades”, afirmó Guillermo Rosales Zárate, presidente ejecutivo de la AMDA.

Este acuerdo forma parte de las alianzas que la AMDA viene concretando para cerrar los espacios al lavado de dinero con instituciones donde hay coincidencias como la AMFE.

“La prevención del lavado de dinero no es un tema fácil pero comienza con el conocimiento del cliente, todas las financieras, autofinancieras, distribuidores de automotores no venden bolsas de papel, se tratan de activos relevantes y por ello es importante que tengamos el conocimiento del cliente y que esto sea la base en la prevención del lavado de dinero”, afirmó Andrés de la Parra, presidente de la AMFE.

4to. Foro de Autofinanciamiento

En la inauguración de este evento, Guillermo Rosales destacó las bondades de este esquema de acceso a un automotor nuevo como la rentabilidad para las empresas automotrices y la nobleza del esquema para que los consumidores accedan ágilmente a la adquisición de un vehículo, invitando a los asistentes a convertirse en sus destacados promotores, pues son las propias empresas de autofinanciamiento y los distribuidores sus principales auspiciadores.

Delia Andrea López, directora de Sectores de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), brindó un mensaje de apertura afirmando que las puertas de las institución están abiertas para la mejora del esquema, destacando los contratos de adhesión, el seguimiento a las entregas y la calidad en el servicio, garantizando siempre la certeza y la protección del consumidor.

Durante su ponencia Fintech contra Autofinanciamiento, Eric Ramírez, director regional LATAM de Urban Science, informó que el esquema tiene gran potencial sobre los esquemas de rescate, no obstante el autofinanciamiento requiere aprovechar aún más la tecnología para redefinir al cliente ideal, superando el pensamiento de que este esquema es exclusivo para economías informales o perfiles de baja calificación crediticia.

Sobre Beneficiario Controlador, Fernando Lascrain, director general de la AMDA, abordó los alcances y las implicaciones de esta figura para el cumplimiento normativo en las autofinancieras y sus clientes, precisó que su aplicación exige distinguir dos frentes: el ámbito fiscal, donde la persona moral debe identificar al beneficiario controlador dentro de su propia estructura y sobre prevención de lavado de dinero, enfocado en identificar al beneficiario controlador relacionado con el cliente, así como a este mismo, diferenciando los criterios según se trate de una persona física o moral.

Diana Muñoz, gerente de Cuenta en la firma JD Power México, presentó los resultados del estudio comparativo sobre la satisfacción del cliente en los esquemas de financiamiento confirmando que la experiencia del usuario inicia mucho antes de pisar la agencia y aunque la satisfacción en general muestra avances, persisten brechas donde la calidad en la interacción directa y la construcción de confianza presentan una mayor oportunidad para elevar la competitividad de este esquema.

¿Cómo posicionar al autofinanciamiento como una decisión de compra inteligente respaldada por la innovación digital? fue la mesa redonda con participantes de todas las autofinancieras afiliadas a la AMD, así como aliadas, coincidiendo en que el gran desafío trasciende la adopción técnica: el verdadero valor está en capacitar al equipo comercial para vencer la resistencia al cambio y construir una relación de confianza duradera con el cliente.

En el panel con vendedores del esquema de autofinanciamiento, sus integrantes de distintas marcas y latitudes del país afirmaron que la tecnología facilita trámites y la adopción del esquema, sin embargo esto no logra sustituir a la empatía humana y la confianza, aspectos que siguen siendo irremplazables en la decisión de compra.

Por último, se contó con la voz de los dueños y accionistas de agencias y grupos de la distribución, quienes destacaron la importancia de mantener la capacitación constante en los equipos comerciales sobre autofinanciamiento y adaptar el esquema a las realidades de cada segmento de clientes, enfatizando que el crecimiento del sector exige entender la innovación digital como un aliado que complementa la cercanía y la confianza con el consumidor, asegurando un modelo de negocio sólido y perdurable.