

3^{ER} FORO DE

AUTOFINANCIAMIENTO
AMDA 2025 LA OPCIÓN INTELIGENTE



Eric Ramírez

Director Regional LATAM
Urban Science

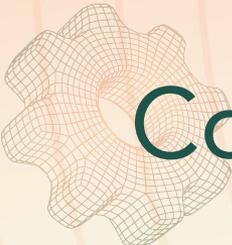
Ponencia

**Potencial del autofinanciamiento
en el escenario actual**



Potencial del autofinanciamiento en el escenario actual

Eric Ramírez Alonso



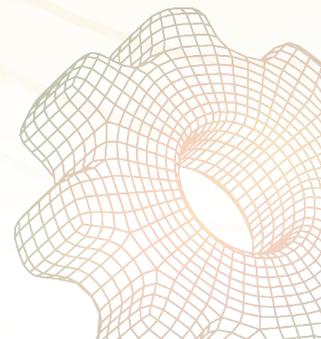
Conceptos revisados

Foro 2023

Estructura de Reporte: Contratos- Adjudicaciones- Entregas

Foro 2024

Cadena de suministro de vehículos (Pipeline)



¿Qué ha cambiado?

1. En el país

- Continuidad del régimen (1er año, 2° piso, 4a transformación)
- Nueva competencia subprime con FinTechs (Kuna, Nexu, etc.)
- Hipercompetencia

2. En el mundo

- Polarización USA / Europa – Rusia / China
- Regreso de Trump
 - Guerra de aranceles

Nueva competencia subprime

Para atender a los clientes con bajo perfil crediticio (tradicional de autofinanciamientos), se han incorporado financieras FinTech con mejores plazos de entrega.

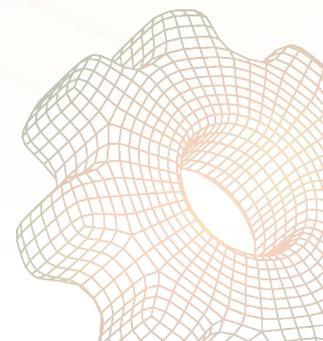
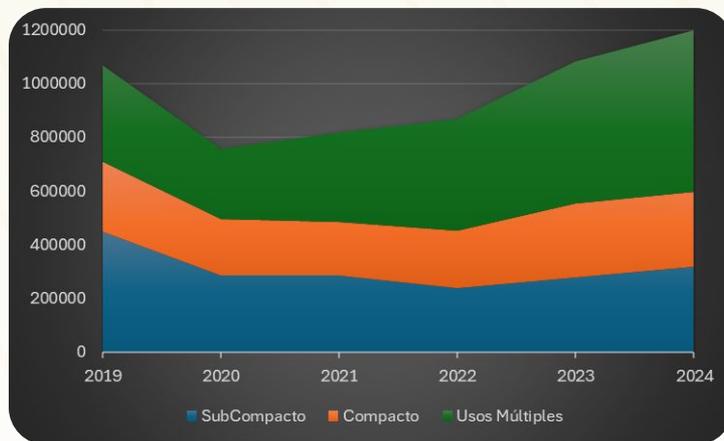
- *Kuna es la FinTech automotriz mexicana líder, contando con las tasas más bajas, iniciando en 19.49% para segmentos subprime y near-prime, es decir, perfiles con acceso a crédito muy restringido o limitado.*
- *Los más de 50 grupos distribuidores de Nissan tendrán a Kuna como segunda opción de financiamiento.*

CrediNissan. 3 abril 2025

Hipercompetencia

Cada día se ofrecen más marcas y modelos nuevos

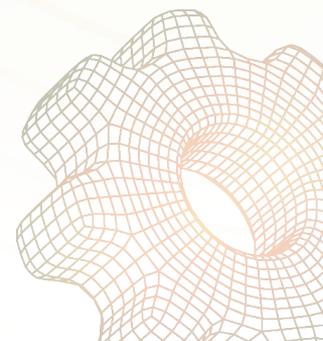
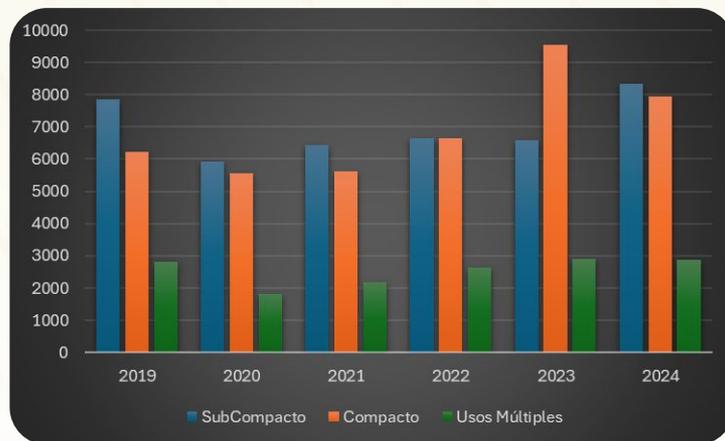
Sin embargo, la tendencia es a “conquistar” clientes en lugar de desarrollarlos.



Hipercompetencia

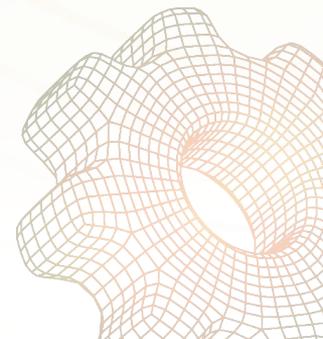
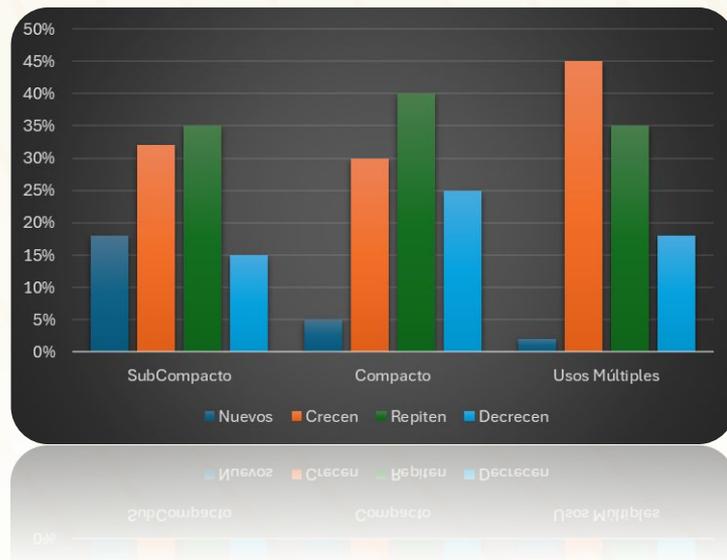
Cada día se ofrecen más marcas y modelos nuevos

Sin embargo, la tendencia es a “conquistar” clientes en lugar de desarrollarlos.



Hipercompetencia

El origen de los clientes por segmento determina su sustentabilidad

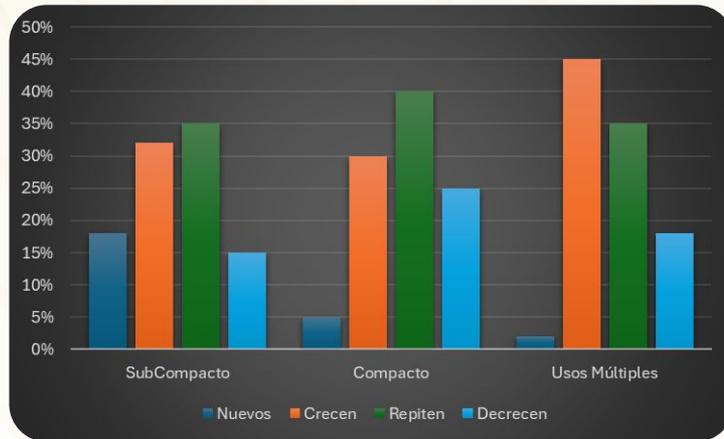


Hipercompetencia

El origen de los clientes por segmento determina su sustentabilidad

El segmento Subcompacto
desarrolla el 50% de nuevos clientes

Mientras que Usos Múltiples
conquista de Compactos el 45%



¿De dónde vienen los clientes nuevos?

El segmento subcompacto es el que más clientes nuevos aporta a la industria

1. Del mercado de autos usados
2. Bono demográfico... todavía

¿De dónde vienen los clientes nuevos?

El segmento subcompacto es el que más clientes nuevos aporta a la industria

1. Del mercado de autos usados
2. Bono demográfico... todavía

□ Al cierre de 2024 existe un rezago post pandemia de ~190mil

¿Qué podemos hacer con el autofinanciamiento?

1. Reenfocar al desarrollo de clientes nuevos para la industria
2. "1er auto nuevo"
3. Alinear: Cliente – Producto – Contrato
 - ✓ 1er auto nuevo
 - ✓ Subcompacto
 - ✓ >12 meses de espera



Una historia del pasado

Entre 1989 y 2004 se mantuvo el programa de automóviles compactos para el consumo popular

- ✓ Exención de impuestos (importación de componentes + auto nuevo)
- ✓ Margen reducido de comercialización (5.6%)
- ✓ Precio indexado al salario mínimo (45.6 meses)
- ✓ Producción nacional y mínima de 40 mil unidades al año
- ✓ Garantizar la disponibilidad y servicio por 5 años



Gracias