

Fecha 18.02.2021	Sección Cartera	Página 22
----------------------------	---------------------------	---------------------

Deterioro económico limita venta de autos

El presidente de Mazda espera año desafiante para la industria; su marca prevé crecer 6%

SARA CANTERA

—sara.cantera@eluniversal.com.mx

A casi un año del inicio de la pandemia del Covid-19, el deterioro de la economía, más evidente, y el alza de precio de los autos limitan su comercialización, dijo Miguel Barbeyto, presidente y director general de Mazda.

El directivo consideró que 2021 será otro año desafiante para la industria automotriz, pues en enero las ventas disminuyeron 23% y en febrero se espera un resultado similar.

“Sigue la pandemia, lo importante es la salud, pero la afectación al sistema económico está pegando cada vez más en todo mundo, sin excepción.

“El año pasado, enero y febrero fueron muy buenos; febrero incluso no fue de decrecimiento y finalmente creímos que ya no había una tendencia negativa en ventas, y en marzo todo se vino para abajo”, explicó Barbeyto, en entrevista con EL UNIVERSAL.

El año pasado, la industria automotriz sumó cinco años segui-

dos de retroceso en ventas.

Mazda cerró 2020 con la comercialización de 46 mil 117 vehículos, 23% menos que un año antes. En enero, vendió 3 mil 769 vehículos, 21% menos aunque con una caída menor al promedio de la industria.

Mazda estima que este año se venderán un millón de autos nuevos en el país, lo que representa un crecimiento de 6%, pero que no será de doble dígito.

“Es el factor macroeconómico. Hay desempleo, las tasas de interés se han mantenido pero no hay dinero, hay morosidad, la gente está súper endeudada y han subido de precio los vehículos”, detalló Barbeyto.

En enero, la variación anual del precio de los vehículos fue de 8%, mientras que la inflación general fue de 3.5%.

Mazda no aumentó precios en enero y febrero, pero el año pasado sí, agregó Barbeyto, no sólo por el tipo de cambio sino porque los materiales con los que se fabrican los autos como el acero, el paladio o radio se han incrementado e impacta en el precio.

Financiamiento

En este contexto, el financiamiento será clave para impulsar las ventas de Mazda en el país.

En los próximos meses lanzarán un programa para que el comprador obtenga un financiamiento y a los 24 o 36 meses regrese el auto y renueve el financiamiento para llevarse otro.

La agencia tomará el vehículo anterior a buen valor y lo pondrá a la venta como seminuevo.

“En un estudio postpandemia vemos que 43% de las personas dejaron de usar Uber o Cabify y se quieren hacer de un vehículo, pero no tienen la liquidez”, indicó Barbeyto. El año pasado, las ventas financiadas de Mazda pasaron de 60% a 70%. ●

