Por Sara Cantera
AGENCIA REFORMA

CD. DE MÉXICO.- México es un mercado creciente y atractivo para las marcas de autos de lujo y, en el caso de BMW, este año buscará ampliar su participación mediante cotización en pesos y atractivos financiamientos.

Así lo afirmó Gerd Dressler, director general de BMW Group México, quien aseguró que su marca se colocó como la número uno en ventas a nivel mundial en 2012 y en el País se disputa el liderazgo con Audi y Mercedes Benz.

Dressler señaló que en México el segmento de lujo cada día tiene más competidores.

Tan sólo el año pasado, Nissan introdujo la marca de lujo Infiniti y se prevé que otras marcas como Toyota amplíen su portafolio de vehículos de lujo para el mercado mexicano.

“El mercado mexicano es el más competitivo del mundo, prácticamente con pocas excepciones, todas las marcas están en el mercado, pero las marcas alemanas dominan el segmento de lujo, por la tecnología, nos hemos mantenido muy bien”, dijo Dressler.

De acuerdo con cifras de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores, el segmento premium registró un crecimiento en ventas de 70% durante 2012, con la comercialización de 62 mil 78 unidades, cuando el mercado en general creció 9 por ciento.

El directivo de BMW comentó que a partir de enero cotizarán el precio de sus vehículos en pesos y lanzaron atractivos planes de financiamiento para adquirir un MINI con mensualidades desde 2 mil 900 pesos o un auto de la Serie 1 desde 4 mil 700 pesos.

“El mercado no llegó al millón de unidades (vendidas), pero ha tenido un crecimiento bastante importante y el segmento premium creció alrededor de 70% y vemos que la recuperación del mercado va a continuar gracias a los indicadores macroeconómicos favorables”, apuntó Dressler.

A nivel mundial, BMW colocó un millón 845 mil 186 vehículos de las marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, un incremento de 10.6% respecto al año anterior.

En México, el crecimiento de la marca fue más fuerte que a nivel mundial, con 20.6%, respecto a 2011.

En total, se comercializaron 13 mil 597 unidades, de las cuales, 11 mil 827 correspondieron a automóviles BMW y MINI; y mil 770 a motocicletas BMW Motorrad.

Asimismo, la división de ventas especiales de la marca, donde se incluyen las flotillas de autos para empresarios y autos blindados, representaron 10% de las ventas de la marca en el País.

Sobre el establecimiento de una planta de motores de la marca Rolls Royce, así como un centro de manufactura de BMW en México, Dressler comentó que no hay nada confirmado, pero reconoció que se analizan oportunidades de inversión en varios países.