

NOTICIAS KYOSEI

Resultados históricos en
agosto
Pág. 2

Nissan Juke ya está haciendo
historia
Pág. 7



**50 años de
Innovación para todos**

1 INNOVACIÓN
NISSAN



Resultados históricos en agosto

Gracias a ti Nissan cumplió 27 meses como líder del mercado, con una histórica participación de mercado de **26.4%** en agosto.

Este resultado representa la participación más alta desde noviembre de 1998 y también la más alta para un agosto desde hace 17 años. Se incrementó el volumen de ventas 32.6% respecto de agosto 2010 y es el volumen registrado más alto para dicho mes.

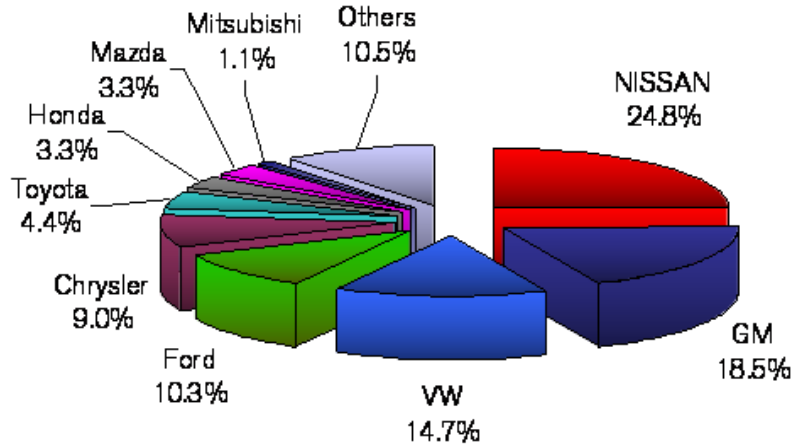
Resultados

- ✓ Ventas al menudeo: 20,014 unidades
- ✓ Ventaja: 7,467 unidades respecto del competidor más cercano.
- ✓ Participación de mercado en el año fiscal 2011 (abril – agosto): 24.8%
- ✓ Participación de mercado en el año calendario 2011 (enero – agosto): 24.5%, la más alta en los últimos 23 años.

Industria automotriz

En el mes de agosto, la industria reportó la venta al menudeo de 75,680 unidades, lo que representó un aumento de 13.1% respecto de agosto de 2010.

Participación de mercado en el año fiscal 2011

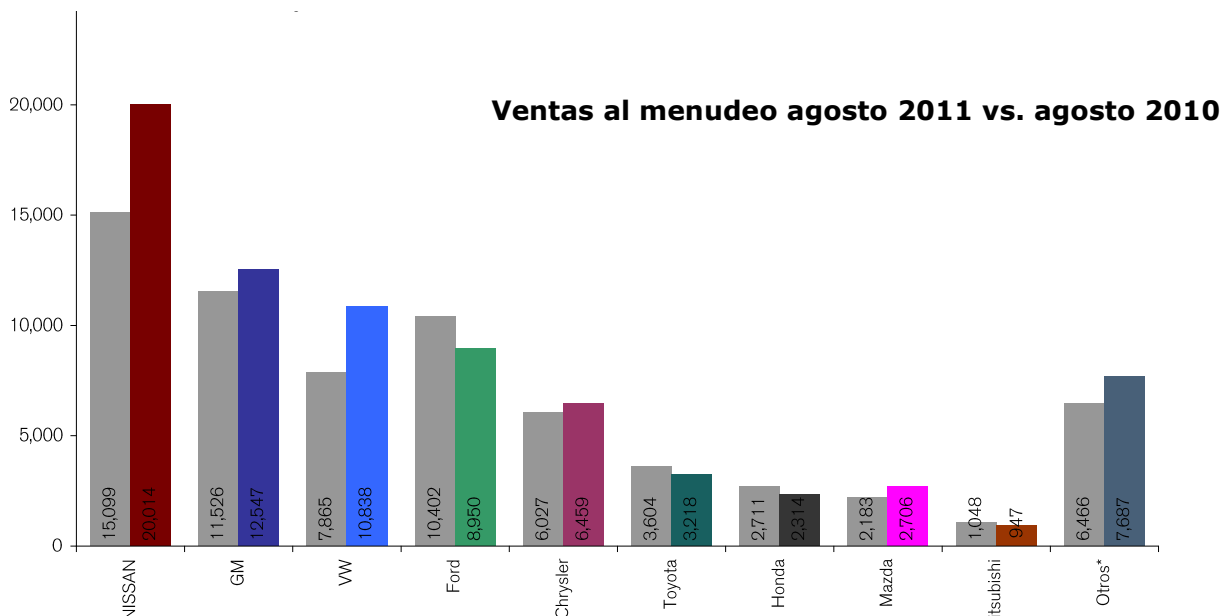


La participación de mercado de 24.8% para Nissan representa un incremento de 0.5 puntos porcentuales respecto del acumulado del mes anterior. La venta acumulada fue de 85,779 unidades y registró un crecimiento de 19.5% en el volumen de ventas y un incremento de 1.7 puntos porcentuales respecto al año fiscal 2010.

Producto

A dos meses de su lanzamiento, **Versa** obtuvo un resultado extraordinario con un volumen de ventas de 4,353 unidades, colocándose en el tercer lugar dentro de toda la industria.

March obtuvo otro excelente resultado con el que continúa como líder del segmento de subcompactos *hatchback* con un volumen de ventas de 2,064 unidades.



* Otros incluye: Renault, Seat, Peugeot, BMW, Suzuki, MB, Audi, Fiat, Mini, Acura, Volvo, Subaru, Land Rover, Porsche, Smart, Jaguar, Bentley, MB Vans, Isuzu y Alfa Romeo.



Lo mejor de nosotros

50 años de innovación para todos

Nissan Mexicana se puso de manteles largos para celebrar sus primeras cinco décadas de presencia en el país, en un evento que se realizó el 12 de septiembre en el Museo Soumaya, en la Ciudad de México.

La cena conmemorativa contó con la presencia de alrededor de 600 invitados, entre los que destacaron personalidades de gobierno, prominentes empresarios, así como la comunidad de Nissan, conformada por distribuidores, proveedores, socios de negocio y ejecutivos de la empresa, además de los representantes de los medios de comunicación.



Entrega de reconocimiento a Carlos Lozano, Gobernador de Aguascalientes.

Engalanaron el evento con su presencia el Excelentísimo Embajador de Japón, Shuichiro Megata; la Dra. Lorenza Martínez, Subsecretaria de Industria y Comercio, de la Secretaría de Economía, en representación del gobierno federal; el Ing. Carlos Lozano de la Torre, Gobernador del Estado de Aguascalientes; el Dr. Marco Antonio Adame Castillo, Gobernador del Estado de Morelos; así como representantes de los estados de Baja California, Estado de México y Jalisco, además del Distrito Federal, entre otros. Por su parte, de Nissan estuvieron presentes Colin Dodge, *Chairman* de Nissan Américas; Bill Krueger, *Vice Chairman* de Nissan Américas; así como José

Bill Krueger y Colin Dodge durante la conferencia de prensa.



Reconocimiento Nissan Sales and Service Way (NSSW)

En presencia de nuestras autoridades de Nissan Américas, Colin Dodge, *Chairman*, y Bill Krueger, *Vice Chairman*, se entregó el premio NSSW a los distribuidores que durante el periodo de mayo de 2010 a junio de 2011 cumplieron con los objetivos de los indicadores de satisfacción al cliente y de satisfacción en ventas (ISC-ISV). Ellos fueron:

1er. Lugar: Imperio Automotriz Oriente, de Juan Antonio Hernández Páramo

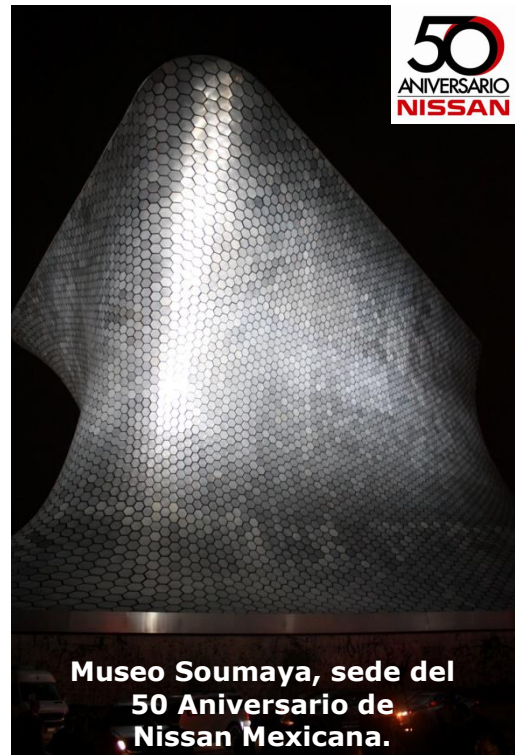
2do. Lugar: Compactos de los Altos, de Efraín Flores

Gracias por su compromiso con la marca y extraordinarios resultados. ¡Felicidades!



El equipo de Compactos de los Altos sube por su reconocimiento.

Carlos Ghosn, Presidente y Director General de Nissan Motor Company, envió un mensaje especial de felicitación a Nissan Mexicana por nuestro 50 aniversario pero también por los excelentes resultados que hemos alcanzado empleados y distribuidores con el apoyo de proveedores y autoridades de gobierno.



Museo Soumaya, sede del 50 Aniversario de Nissan Mexicana.

Cronología de Nissan Mexicana



1933	Jidosha Seizo Co., Ltd. se establece en Japón, como productora y distribuidora de partes y autos Datsun.
1934	La compañía se consolida y toma el nombre de Nissan Motor Co., Ltd.
1959	Nissan Motor Co. llega a México como distribuidora de autos de marca Datsun.
1961	El 11 de septiembre de este año, se constituye Nissan Mexicana, S.A. de C.V.
1966	El 12 de mayo de este año, inicia operaciones la planta de Cuernavaca, la primera planta de Nissan en Latinoamérica. En ese año se produce el primer automóvil mexicano: Datsun Sedán Bluebird.
1972	Nissan Mexicana inició sus embarques al extranjero, cuando enviaba la pick up 620 a algunos países de Latinoamérica.
1975	Nissan Mexicana es pionera al establecer el primer laboratorio de pruebas de gases contaminantes de vehículos.
1982	El 13 de noviembre inicia operaciones la planta de Aguascalientes, con la puesta en marcha de la planta de Fundición de Aluminio. Nissan Mexicana ha sido la empresa automotriz de mayor derrama económica para el estado, generando 5000 empleos directos y 15000 indirectos, y aportando cerca del 35% del producto interno bruto.
1983	Inician actividades las Plantas de Motores y Estampado en Aguascalientes, comenzando con la producción del motor E15 de 1.5 Lt. y un árbol de levas, el cual ofrecía 67 hp de potencia para equipar a la primera generación de Tsuru.
1984	Cambia la imagen de Datsun a Nissan en todo el mundo. En este mismo año, en marzo, hace su aparición en el mercado mexicano la primera generación del Nissan Tsuru, El auto fue y ha sido muy aceptado por los mexicanos por ser un automóvil cómodo, de muy bajo consumo de gasolina y de precio accesible.
1995	Para este año, Nissan Mexicana es nombrada base de comercialización regional, en virtud de que el 60% de las exportaciones de Nissan a Latinoamérica provienen de México.
1998	Nissan Mexicana produce desde su planta en Aguascalientes el modelo Sentra para todo el continente americano. Además, recibe reconocimientos ambientales de Industria Limpia.
1999	Las dos fábricas de Nissan Mexicana cuentan con el certificado ISO 14001 desde enero de 1999, el cual avala que existe y funciona exitosamente un sistema de administración ambiental.
2000	Nissan Mexicana llega a la producción de 3, 000,000 vehículos.
2001	Nissan Mexicana alcanzó la cifra de 1, 000,000 de autos Tsuru vendidos en su historia.
2002	Nissan Mexicana introduce al mercado mexicano el primer vehículo producto de la Alianza Renault-Nissan: Nissan Platina, que se produce en la planta de Aguascalientes.
2003	Inicia operaciones la financiera de marca Credi Nissan. Nissan lanza al mercado mexicano su primer crossover, el nuevo Murano, y el nuevo Maxima.
2004	Tsuru cumple 20 años en el mercado mexicano.
2005	Inversión conjunta empresa-proveedores en la planta de Aguascalientes de \$1,300 millones de dólares.
2006	Se lanzan los modelos Tiida y nuevo Sentra.
2007	Inicia la exportación de Tiida a Europa. Se alcanzan 2'000,000 de unidades exportadas. Se produce el motor número 6'000,000.
2008	Nissan Mexicana alcanzó los 6 millones de unidades producidas y reportó también la venta del Tsuru 1.5 millones en su historia.
2011	Celebración del vehículo tres millones exportado (mayo) y la unidad 7 millones producida (junio).
2011	Nissan celebró el 11 de septiembre su 50 Aniversario.



[Portada](#)



SHIFT_the way you move

DÍAS PREMIUM NISSAN



LA OPORTUNIDAD QUE ESPERABAS EN
NUESTRA GAMA
HASTA EL 30 DE SEPTIEMBRE

PLAN DÍAS PREMIUM
CREDI NISSAN®

www.nissan.com.mx

50
ANIVERSARIO
NISSAN

Nota: Aplican restricciones y sólo es exclusivo para personas físicas. No aplica Creditaxi, Credi Sin, Plan PRO, Taxi NAFIN, Leasing y /o Seminuevos.

Los incentivos para las promociones se deben ofrecer por separado y no son adicionales.

Lo nuestro

Nissan presenta con éxito su gama de LCVs

En agosto, Nissan participó en Expo Distribución 2011, con el objetivo de presentar toda la gama de los vehículos comerciales ligeros (LCVs): NP300, Urvan, Cabstar, Frontier LE, Frontier PRO-4X y Titan, así como generar un acercamiento con las empresas de logística en las grandes ciudades del país y escuchar las necesidades de los usuarios de transporte de carga.

El evento reunió durante dos días a los actores de la distribución urbana de mercancías en México, para dar a conocer la tecnología y las mejores prácticas para el cuidado del medio ambiente y la seguridad vial.



Ricardo Rodríguez, Gerente de LCVs, recibió el premio al mejor stand durante la IV Expo Distribución 2011 por parte de la Asociación Nacional de Transporte Privado AC.



¿Sabes qué es Pro-shop?

Pro-shop es una red de distribuidores Nissan especializados en Vehículos Comerciales Ligeros (LCVs) que ofrecen un servicio diferenciado de venta y postventa enfocado en satisfacer las necesidades de negocio de nuestros clientes.

Este año, Nissan se ha propuesto el relanzamiento y mejoramiento de dicha red, para lo cual ya se ha iniciado la elaboración de nuevos procedimientos y estándares en un programa piloto en los siguientes distribuidores: Geisha Cuitláhuac, VAMSA Niños Héroes y Automotores de Tabasco. Posterior al pilotaje, estos procedimientos serán implementados en el resto de la red Pro-shop.

Este proyecto es manejado por la Unidad de Negocios de LCV de Nissan Mexicana con el gran soporte de ANDANAC; en un futuro próximo recibirás mayor información, sin embargo, en caso de tener alguna duda en este momento, por favor contacta a Alfredo Loredo y/o Gabriel Gonzalez (Unidad de Negocios LCV).

Algunas de las garantías Pro-shop son contar con:

La red más amplia de venta y postventa especializada en LCVs

Los mejores productos del segmento LCV en el mercado

Asesoría especializada en LCVs con:

- ✓ Personal especializado en LCV enfocado a tus necesidades y negocio
- ✓ Capacitación en la operación de tu vehículo
- ✓ Préstamo de vehículos Demo por periodos prolongados

Servicio prioritario a LCVs como:

- ✓ Servicio de rescate
- ✓ Disponibilidad de refacciones

Servicios de Post Venta plus



Concluye el primer Programa Especial de Formación Directiva Nissan-IPADE

En agosto, se realizó el evento de clausura de la primera generación del **Programa Especial de Formación Directiva NISSAN-IPADE**, en el que participaron propietarios y directivos de la red de distribuidores de Nissan.

Con alegría, José Muñoz, Presidente y Director General de Nissan Mexicana, felicitó a los participantes invitándolos a aplicar lo aprendido y, de esta forma, generar mejoras en cada una de las distribuidoras con el fin de mantener a Nissan en el liderazgo en ventas en el mercado mexicano. Mayra Gonzalez, Directora de Representación de Mercado de Nissan, reiteró el interés de la empresa por continuar con el programa un año más.

El programa tiene el objetivo fundamental de desarrollar y perfeccionar conocimientos, habilidades y actitudes directivas relevantes para el fortalecimiento de las competencias que permitan a los propietarios de agencias de Nissan enfrentar los retos organizacionales actuales y futuros.



Sabías qué...

Nissan Media Chanel ha tenido nuevas actualizaciones en su imagen y diseño para que su acceso sea más fácil y amigable.

Además, actualmente es administrado por un área específica de Nissan Mexicana para tener un mejor control sobre la información y la base de datos (One Voice-One Brand).

NISSAN SHIFT. the way you move

Hola, Octavio Lopez
Cerrar Sesión

Carrito (0)

Búsqueda avanzada Buscar

Modelos

Autos	Crossovers	SUV's	LCV's
Autos Versa			
Autos March			
Autos Sentra			
Autos Altima			
Autos Tsuru			
Autos Tiida			
Autos Maxima			
Autos 370z			

Imagen corporativa

Promociones y lanzamientos

Sala de Prensa

NISSAN SHIFT. the way you move

INNOVACIÓN QUE EMOCIONA
Nissan ALTIMA

Bienvenidos a Nissan Media Channel México 02 / 09 / 2011

Estimados usuarios:

Gracias por colaborar con este proyecto. Siéntase libres de navegar y utilizar todas las funciones que están disponibles para ustedes. Afectuosos saludos y esperamos que esta herramienta sea de utilidad y unión para toda la región.

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Praesent quis sem at pulvinar vestibulum faucibus.
- Fusce pellentesque nulla a odio faucibus vel varius felis pellentesque.
- Proin et nulla enim, ut sagittis eros.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras hendrerit lobortis nulla, non eleifend dolor blandit sed. Suspendisse tincidunt ipsum lectus...

[Leer nota completa](#) [Comentarios \(0\)](#)

Legales | Políticas de Privacidad | Contacto | Nissan Media Channel México © 2011



Portada

Toma nota

Sentra, Tiida y Versa, una terna imbatible

La venta de nuestro esperado modelo Versa inició el 8 de julio pasado y el éxito no se hizo esperar. Después de siete semanas superó las 6 mil unidades vendidas, convirtiéndose en un hito en el segmento.

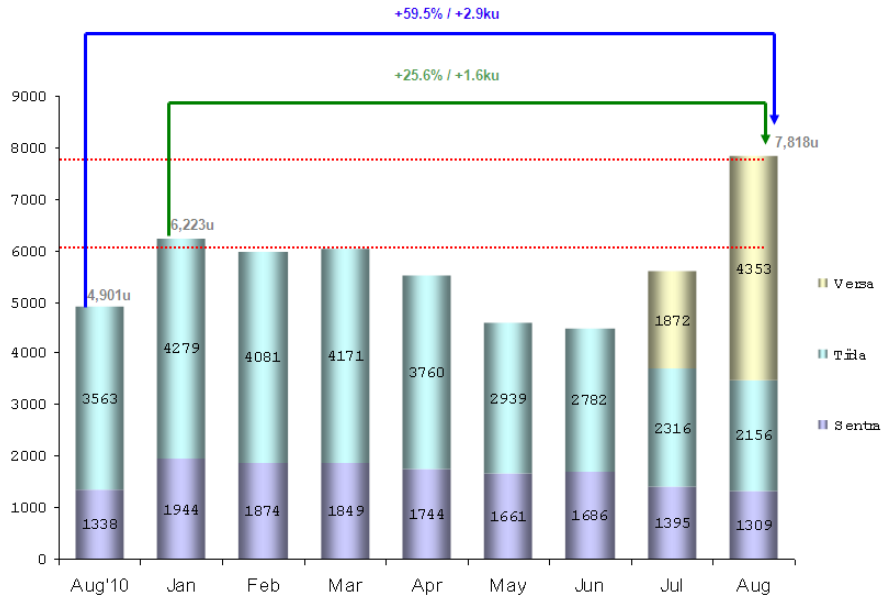
Versa está llamado para ser el líder en el segmento de sedanes compactos en México. De hecho, este modelo de la plataforma V, que se produce en nuestra planta de Aguascalientes, ha demostrado ser el complemento perfecto para la gama de sedanes que ofrece nuestra marca a los consumidores mexicanos.

Con este modelo, Nissan ha encontrado la fórmula ganadora; algo así como una receta que no falla. El resultado de ventas de nuestros modelos Sentra, Tiida Sedán y Versa superó las 7 mil 800 unidades sólo en el mes de agosto.

Puesto en perspectiva, vendimos 2,900 unidades más que en el mismo mes de 2010; es decir, un 59% más. Visto como participación de mercado en segmento de sedanes compactos, Tiida Sedán y Versa alcanzaron el 35.6%, muy por encima del más cercano competidor.

Con estos resultados Nissan se consolida una vez más como líder en el mercado mexicano.

Tabla comparativa de ventas de la triada Sentra, Tiida y Versa



Nissan Juke ya está haciendo historia

¿Tú darías un anticipo por un producto que aún no has visto físicamente y que no has probado? Pues la confianza probada que los clientes de Nissan tienen en nuestra marca ha generado que 70 personas no duden en adquirir en preventa el desafiante Nissan Juke, logro que hemos alcanzado en tan sólo 15 días.

En agosto, a través de nuestra página Nissan.com.mx, se inició el registro de interesados en el Nissan Juke. El 26 de

agosto comenzó oficialmente la preventa a nivel nacional, con la invitación a los clientes de apartar su vehículo con tan solo \$10,000 pesos y ser parte de los primeros 280 en estrenar un Nissan Juke. Sin embargo, el entusiasmo de uno de nuestros clientes por el nuevo Sport Cross de la marca Nissan ha sido tal, que ya dio más de \$130,000 pesos como apartado.

En total hemos consolidado 4,928 registros con 1,257 personas interesadas en el nuevo Nissan Juke y 70 apartados. Los clientes interesados serán atendidos por el call center de Nissan para que en un futuro sean contactados por nuestra red de distribuidores. Las principales ciudades de registro son el Distrito Federal, Estado de México, Jalisco, Veracruz, Nuevo León, Tamaulipas, Puebla, Guanajuato y Michoacán.

Sin duda, con su singular diseño y tecnología, este modelo de Nissan próximo a lanzarse, ya está escribiendo su propia historia.

Nissan es la primera armadora en realizar una preventa a través de Internet y, sin duda, el resultado ha sido satisfactorio.

Considera Nissan al País para planta

Sara Cantera

El País está entre los favoritos para que Nissan abra una nueva planta y para ello compite con China, India, Indonesia y Vietnam, expuso Colin Dodge, presidente del comité de Nissan Américas.

“México es de los primeros candidatos para ampliar la producción, es uno de los favoritos, pero es una decisión que aún no está tomada, aunque por el momento no venimos a anunciar una nueva planta o la introducción de un nuevo modelo, son planes”, dijo durante la celebración de los 50 años de la armadora en el País.

“Tenemos muchos candidatos para expandirnos, China que está vendiendo 50 millones de unidades cada año; India, Vietnam y México, que seguramente venderá 1.2 millones”, añadió.

Entre los anuncios más importantes de la compañía, está destinar 4 por ciento de sus ingresos anuales en ampliar la capacidad productiva en todo el mundo.

Dodge detalló que necesitan

evaluar las condiciones del mercado para atraer mayores proyectos, sin embargo, destacó el extraordinario desempeño de la compañía en el País.

Este año producirá 600 mil vehículos en territorio nacional, una cifra récord y con la que la armadora alcanza su máxima capacidad de producción.

Además, México representa 5 por ciento de las ventas mundiales de la compañía y la marca es la número uno en el mercado local, con 24 por ciento del total.

Nissan comentó que tienen la suficiente mano de obra disponible, pero hay algunas materias primas que les cuesta trabajo conseguir en territorio mexicano.

“China es más competitiva en la proveeduría de plásticos y en México resulta complicado conseguir este material”, expresó.

En el acto, la compañía también anunció que tiene un plan de inversión para mejorar toda la red de distribuidores en el País, por 120 millones de dólares, para abrir 28 nuevos puntos de venta, remodelar 92 agencias y darle mantenimiento a otras 78.

El Economista >

13/09/2011

Página/Sección:

26 / Empresas y negocios

Lilia González



Portada



Bill Krueger y Colin Dodge, presidente y vicepresidente de Nissan Américas, respectivamente. FOTO EE: HUGO SALAZAR

CELEBRA AUTOMOTRIZ 50 ANIVERSARIO

México, fuerte candidato para nueva planta de Nissan

Lilia González
EL ECONOMISTA

MÉXICO ESTÁ considerado como el candidato fuerte de Nissan Motor Company para recibir una inversión millonaria que consideraría la instalación de una planta, derivada de la creciente demanda de vehículos a nivel mundial, mencionaron el presidente y el vicepresidente de la región de Américas de Nissan, Colin Dodge y Bill Krueger.

Al celebrar el 50 aniversario de Nissan Mexicana, el directivo de la automotriz japonesa, Colin Dodge, dijo que actualmente existe una producción total de 5 millones de vehículos en el mundo, pero el plan Power 88 pretende incrementar 8% la participación y la producción para lograr el ensamble de 7 millones de unidades.

“México tal vez esté en el número uno de la lista (de las nuevas inversiones), China también es un candidato porque es el consumidor más grande del mundo con 50 millones por año; India y Vietnam son otros”, afirmó Dodge.

En conferencia de prensa, precisó que México es uno de los favoritos para considerar nuevas inversiones, debido al desempeño brillante que ha tenido la compañía en los últimos años.

Por su parte, José Muñoz, presidente y director general de Nissan Mexicana, destacó el dinamismo de la empresa japonesa en el mercado nacional, que lleva 27 meses consecutivos de crecimiento y una participación de 26.4% en el mercado local, factores que la hacen líder en el sector automotriz.

El presidente de la región Américas de Nissan, Colin Dodge, con-

US\$6,400 millones
es el monto de inversión que en México alcanzará Nissan para el 2015.

fió en que el mercado interno de México mantenga el crecimiento que ha venido desarrollando año con año.

A su vez Bill Krueger, vicepresidente regional, recordó que a la fecha Nissan ha invertido en México 5,000 millones de dólares y se estima que para el 2015 habrá invertido 6,400 millones de dólares.

MAYOR DEMANDA EXIGE MÁS CAPACIDAD

No obstante, se prevé aumentar el monto de este capital ya anunciado, pues la capacidad de demanda ha crecido en los últimos meses.

Colin Dodge consideró que de las 5 millones de unidades producidas por Nissan, México cuenta con 5% de participación, por lo cual para al término del 2011 se tendrá una producción récord de 600,000 vehículos, cuyo destino serán tanto la exportación como el mercado doméstico.

Sin embargo, el líder de Nissan Américas reconoció que México no es tan importante como lo es China, ya que ellos venden 2.2 millones de unidades al año, mientras México apenas 800,000.

“Esperamos que México incremente su volumen total de ventas y llegue a un mayor número de gente para colocar 1.3 millones de autos”, planteó.

lgonzalez@eleconomista.com.mx

Contacto

Comité	Área
Claudia Rivera@ Laura Bucio@	Comunicación Corporativa
Maricel.Bravo@	Publicidad
Orlando Robles@	Mercadotecnia
Paola Velázquez@	Representación de Mercado
Rodrigo Cortés@	Postventa
Gabriela Zarco@	Capacitación Comercial
Giancarlo Amezcua@	Credi Nissan
Vanessa Piedras@	LCV BU
Francisco Soto@	Ventas

Para cualquier duda o recomendación, envía un correo a: [Editor Noticias Kyosei](#)

También puedes contactar directamente a los representantes de las áreas que participan en la elaboración de este boletín informativo.



[Portada](#)