

COMUNICADO DE PRENSA

JETOUR SOUEAST impulsa una nueva etapa de crecimiento junto con su red de distribuidores

- La compañía reunió a sus socios comerciales para presentar avances, intercambiar conocimientos y definir las prioridades de su siguiente fase en México.
- La estrategia contempla optimizar la experiencia de marca, ampliar las oportunidades de negocio y consolidar la posventa.
- La firma registró 4,116 unidades comercializadas de enero a agosto de 2026, lo que representa un incremento de 288.3% frente al mismo periodo de 2025.

Ciudad de México, 30 de septiembre de 2026.- JETOUR SOUEAST celebró su convención anual con distribuidores, un espacio concebido para evaluar progresos y establecer las prioridades que acompañarán la expansión de la firma en el país. Durante la reunión, la directiva destacó el potencial de su red y presentó las líneas de acción que guiarán su desarrollo en el mercado nacional.

La estrategia parte de la integración de producto, cobertura territorial y una propuesta de valor diferenciada, factores que permitirán generar nuevos nichos comerciales y consolidar su desempeño. Bajo esta visión, JETOUR SOUEAST busca aprovechar las capacidades de sus aliados estratégicos para afianzar su presencia en México.

“Nuestro siguiente paso consiste en elevar la capacidad de toda nuestra red. Tenemos producto, presencia territorial y oportunidades concretas para seguir impulsando la experiencia off-road, los accesorios y la posventa. Ahora debemos convertir todos estos elementos en un crecimiento sostenido que nos permita llegar a 2027 con una estructura todavía más sólida”, señaló Johnny Fang durante el evento.

Dos portafolios, una estrategia de marca

Uno de los ejes centrales fue afianzar la identidad que distingue a cada una de las líneas que integran la empresa. Mientras JETOUR mantiene una personalidad orientada a la aventura y las capacidades off-road, acompañada por sofisticación y lujo, SOUEAST desarrolla un enfoque urbano, enfocado en el diseño, refinamiento y atributos premium. Esta complementariedad permite atender a diferentes perfiles de clientes bajo una sola directriz corporativa.

La compañía busca que esta propuesta trascienda la compra del vehículo mediante experiencias capaces de generar comunidad y lealtad. En el caso de JETOUR, esto contempla aprovechar su carácter aventurero para organizar recorridos y actividades al aire libre; mientras que SOUEAST busca estrechar lazos con los consumidores a partir de un estilo cosmopolita y contemporáneo.

A esta visión se suma la comercialización de accesorios, un ámbito clave para diversificar las oportunidades de los distribuidores y ampliar la personalización de los vehículos. Asimismo, la marca trabaja en nuevas herramientas digitales para agilizar la consulta de catálogos, paquetes y opciones disponibles para clientes y asesores.

Una red en expansión para respaldar el negocio

Actualmente, la empresa cuenta con 45 distribuidores en México y prevé cerrar 2026 con 50 puntos de venta, como parte de un plan de cobertura ordenada. Esta infraestructura servirá como plataforma para sostener el ritmo de operaciones de cara a 2027.

En lo que va del año, JETOUR SOUEAST ha mostrado un sólido desempeño. De enero a agosto de 2026 comercializó 4,116 unidades, lo que representa un incremento de 288.3% frente a las 1,060 unidades registradas en el mismo periodo de 2025. Este resultado equivale a 3,056 vehículos adicionales y a una participación del 0.4% en el mercado nacional, de acuerdo con cifras del INEGI.

A la par del avance en ventas, la posventa constituye otro pilar fundamental. Además de respaldar al usuario durante la vida útil del vehículo, representa una oportunidad para elevar la calidad en el servicio y construir vínculos duraderos entre la marca, los distribuidores y sus comunidades.

La visión de los socios comerciales

Para Manuel Cruz, de Grupo R3 JETOUR SOUEAST Chihuahua, quien suma cerca de dos años vinculado a la firma, la evolución de la empresa ha estado acompañada por una oferta competitiva y un acompañamiento corporativo profesional.

“Hemos visto un gran avance. La industria automotriz está transformándose hacia vehículos de mayor calidad, y JETOUR SOUEAST tiene una propuesta muy sólida. Estamos satisfechos con los precios, con la calidad del producto y con el profesionalismo del equipo que nos respalda”, comentó.

Durante su intervención, Cruz también destacó la importancia de continuar desarrollando soluciones de financiamiento, reforzar las estrategias de comunicación y mantener una inversión constante en mercadotecnia, con mensajes alineados a los distintos perfiles de consumidor.

Por su parte, Juan Carlos García, director ejecutivo de Grupo Andrade, aportó su perspectiva sobre esta etapa y resaltó el potencial de contar con un portafolio diferenciado para ampliar el posicionamiento de la marca.

“Vemos una firma muy potente, con un portafolio diferenciado y amplias posibilidades de crecimiento. El siguiente paso es continuar trabajando en el reconocimiento de marca, generar presencia a través de eventos y acercarnos al público para construir confianza. Con el producto actual existen las condiciones para seguir creciendo de manera sostenible”, señaló.

Las distintas intervenciones coincidieron en la oportunidad de consolidar a JETOUR SOUEAST en México a partir de sus fortalezas actuales, sumando la experiencia y conocimiento de mercado que aporta cada distribuidor.

Con esta reunión, la compañía ratificó su compromiso de avanzar de forma coordinada con sus socios comerciales, compartiendo estrategias para transformar sus fortalezas operativas en mejores experiencias para los clientes y mayor valor para la red.

Para conocer más de JETOUR SOUEAST, visita el sitio www.jetoursoueast.mx

jblancarte@communika.mx