Por Sara Cantera
AGENCIA REFORMA

CD. DE MÉXICO.- Las ventas de autos en el mercado mexicano están lejos de recuperarse de la crisis automotriz de 2009.

En el sexenio que concluyó en 2012, las ventas de vehículos nuevos disminuyeron 10.4% en comparación con el sexenio de 2001 a 2006, con la colocación de 5 millones 594 mil 343 vehículos cuando en el sexenio anterior se colocaron 6 millones 241 mil 722 unidades, según un análisis de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA).

AMDA atribuyó esta caída a la crisis automotriz de 2009, pues después de ese año no se volvieron a vender más de un millón de vehículos en el mercado mexicano.

Las marcas con más tiempo en el mercado perdieron un importante número de unidades vendidas durante el sexenio que recién concluyó contra la administración anterior.

Las ventas de Ford disminuyeron 40%; las de Volkswagen, 24%; las de General Motors, 21.6%; y las de Chrysler, 19.4 por ciento.

Armando Soto, director general de Kaso y Asociados, explicó que la crisis económica obligó a todas las armadoras a cambiar su estrategia de venta de producto, pues algunas dejaron de ofrecer autos subcompactos y se fueron a vehículos de mayor valor; otras ajustaron sus precios de dólares a pesos; y algunas dejaron de traer producto europeo para no perder con el tipo de cambio.

Adicionalmente, el crecimiento de la economía fue menor durante el sexenio de Felipe Calderón, pues en promedio la tasa del PIB aumentó 1.9% anual, cuando con Fox fue de 2.1% y con Ernesto Zedillo de 3.5 por ciento.