

## ADUCEN MALA CONDUCCIÓN DE LA EMPRESA

# Por daño en imagen, cierran o dejan a Ford 20 agencias

La mitad de la red de distribuidores, en números rojos: concesionarios

Lilia González  
EL ECONOMISTA

AL MENOS 20 agencias de vehículos Ford han cerrado o cambiado el giro por producto de otras marcas que han presentado crecimiento durante los últimos meses, debido a la caída en las ventas por el sentimiento negativo marcado entre los mexicanos luego de que la automotriz estadounidense canceló la inversión por 1,600 millones de dólares para una planta en México y anunció que trasladará la producción del Focus a China.

Distribuidores de la marca Ford México que prefirieron el anonimato criticaron la estrategia de comunicación de la estadounidense y afirmaron a **El Economista** que “la marca está en crisis”.

Detallaron que más de la mitad de la red de concesionarios a nivel nacional se encuentran en números rojos, otros dejarán de hacer mayores inversiones en la marca y se quedarán administrando su inventario ante este “duro golpe”.

Las ventas de Ford acumulan una caída de 8.2% durante el primer semestre, al acumular 40,113 unidades contra las 43,702 que se colocaron en el mismo lapso del 2016 en el mercado mexicano, lo cual la llevó a verse desbancada por KIA como la séptima marca con mayores ventas en el país.

“La cancelación de la planta en San Luis Potosí es un factor que ha pesado a la imagen de la marca, pero remató el anuncio —muy adelantado— de trasladar el ensamble de (su modelo) Focus a China hacia el 2019”, comentó uno de los distribuidores.

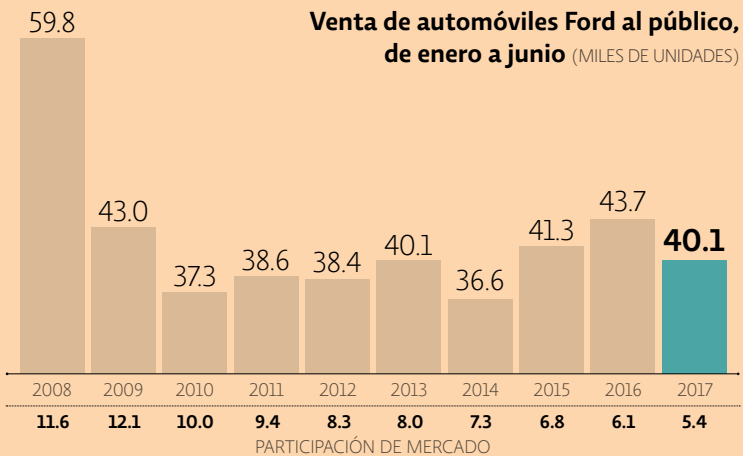
El empresario, que posee diversas agencias en diferentes marcas automotrices, mencionó que desde el año pasado se presentó un fenómeno de ventas obligadas. Ford exigió a los distribuidores que vendieran su agencia a su competidor de la misma plaza, cuyos casos se registraron en Chihuahua, Veracruz, Acapulco, Guerrero, y Morelia, Michoacán.

En febrero pasado, bajó cortinas la distribuidora Ford La Fragua en



## EN REVERSA

Con cifras a junio, Ford ha registrado su participación de mercado más baja en el país (5.4%); en mismo periodo del 2008 contaba con una cuota de 11.6 por ciento. A inicios de año, la firma canceló su planta en San Luis Potosí.



el puerto de Veracruz, y una Lincoln en el mismo estado.

Entre los distribuidores persiste incertidumbre por la “pésima conducción de la matriz” y de que “no han sabido tranquilizar las aguas”, luego de que la firma se viera presionada por el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, de cerrar las fronteras y en su caso elevar aranceles a 35 por ciento.

La comunicación de la empresa Ford ha fallado: “No tenían por qué hacer ruido en el 2017 si el Focus lo producirían en China hasta el 2019. Son decisiones muy adelantadas que impactan a las ventas y generan incertidumbre en el con-

sumidor”, criticó el empresario.

Lincoln, la marca de lujo de Ford, arrastra una caída de 35.1% en las ventas al primer semestre del año, al pasar de 1,121 unidades a 728 vendidas. “La compañía quiere entrarle al tema de competir en el lujo, pero no tienen buena imagen y para eso se tiene que invertir más dinero para entrarle a la competencia”, sostuvo.

La automotriz registró una caída de 16.7% en su producción en el periodo enero-junio del presente año, contra el mismo lapso del 2016; mientras que su exportación desde México cayó 18.3 por ciento.