

## Vendedores de autos en la zona metropolitana esquivan la crisis

Publicado el viernes 02 de enero del 2009

*Por Jay Torres  
Especial La Estrella Digital*

DALLAS — Debido a la crisis financiera, con el 2008 termina “uno de los años más malos” en el negocio de automóviles.

Pero algunos vendedores de autos afirman que la mala racha en sus ventas quedó en el pasado, y que ahora es el mejor momento para comprar, si los consumidores consideran sus ofertas.

David Thomas, presidente de la Asociación de Agencias de Autos Nuevos de Dallas, anunció que sus miembros reportaron un incremento del 20 por ciento en ventas la semana de la Navidad, comparada con la semana anterior.

“Este noviembre las ventas declinaron un 40 por ciento comparado con noviembre del año anterior”, afirma Thomas.

“Está acabando uno de los años más malos de la historia pero estamos viendo un incremento en las ventas como respuesta de los consumidores a las ofertas”, asegura Thomas.

Según Thomas la crisis en las ventas fue originada por la incertidumbre en que se encontraban los llamados tres gigantes de autos: GM, Ford y Chrysler.

El Congreso de la nación aprobó recientemente un paquete financiero de miles de millones de dólares como ayuda para los fabricantes de autos.

“La crisis que experimentaron los tres grandes afectó a toda la industria”, afirma Thomas. Esta crisis financiera en la venta de coches trajo como consecuencia el cierre de varias agencias que por décadas operaban prósperos negocios.

Uno de ellos, Alan Young Pontiac, en North Richland Hills, cerró sus puertas recientemente después de 29 años de servicio. Ese cierre dejó sin trabajo a 65 empleados.

Pero la crisis, dicen expertos, no ha afectado tanto al mercado hispano como al general. “Existe un incremento del 59 por ciento en la compra de coches nuevos entre el mercado latino mientras que en el resto del mercado hay un disminución del 32 por ciento”, reporta Raúl Vázquez, presidente de Focus Inc., una empresa de mercadería que estudia las tendencias de compra entre los hispanos.

“La razón de esto es que el mercado hispano esta creciendo a un paso más acelerado que otros mercados”, agrega Vázquez.

“Y estas cifras continuarán por varios años”, predice Vázquez, ya que tan sólo en Dallas se proyecta que en los próximos 10 años se multiplique el 1.4 millones de residentes hispanos.

“Creo que la confianza de los consumidores ha regresado después de una caída tremenda y por las ofertas que ofrecemos”, dice Thomas quien es dueño de dos agencias, Subaru of Dallas y Subaru of Plano.