


.....

Estudio de Mercado – México

AUTOPARTES

- 
- *Llantas, rines.*
 - *Sistemas de frenos.*
 - *Filtros.*
 - *Amortiguación, embrague.*
 - *Cables eléctricos y Sistemas de dirección.*

Proexport Colombia
Y
Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)

Proexport – Colombia
Dirección de Información Comercial e Informática

www.proexport.gov.co

www.proexport.com.co

Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36

TEL: (571) 5600100

Fax: (571) 5600118

Bogotá, Colombia

Banco Interamericano de Desarrollo

www.iadb.org

Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19

TEL: (571) 3257000

Fax: (571) 3257050

Bogotá, Colombia

Equipo Consultor

Consultor Senior: Ana María Arias A.

Consultores Junior:

Nancy R. Merino.

Antonio Esrawe.

Ana Liz Derflinger.

Guanajuato 197 Int. 9

Teléfono: 52 (55) 55644566

anamariaarias@multi-net.com.mx

México DF, México.

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACIÓN AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

© 2004. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado México – Sector Autopartes. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 79 páginas.

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|-----------------|---|------------------|
| <u>1</u> | <u>INFORMACIÓN GENERAL</u> | <u>1</u> |
| 1.1. | ANTECEDENTES | 1 |
| 1.2. | COMPORTAMIENTO GENERAL DEL SECTOR | 2 |
| 1.3. | SUBSECTORIZACIÓN | 3 |
| 1.4. | CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS | 5 |
| <u>2</u> | <u>COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO</u> | <u>6</u> |
| 2.1. | PRODUCCIÓN NACIONAL | 6 |
| 2.2. | COMPORTAMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR | 8 |
| 2.3. | INVERSIÓN EXTRANJERA | 11 |
| 2.4. | APOYOS GUBERNAMENTALES | 13 |
| 2.5. | CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA | 13 |
| 2.6. | EQUIPO ORIGINAL | 14 |
| 2.7. | REFACCIONES | 15 |
| 2.8. | CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS | 18 |
| <u>3</u> | <u>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</u> | <u>19</u> |
| 3.1. | CLUSTERS INDUSTRIALES | 22 |
| 3.2. | PRINCIPALES MARCAS EN EL MERCADO | 23 |
| 3.2.1. | LLANTAS | 24 |
| 3.2.2. | RINES | 29 |
| 3.2.3. | FRENOS, SUSPENSIÓN, EMBRAGUES, DIRECCIÓN, FILTROS Y SISTEMA ELÉCTRICO | 32 |
| 3.3. | CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS | 36 |
| <u>4</u> | <u>CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</u> | <u>37</u> |
| 4.1. | FLUJOS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CANALES | 37 |
| 4.1.1. | AUTOPARTES Y ACCESORIOS | 37 |
| 4.1.2. | LLANTAS | 38 |
| 4.2. | IMPORTADORES / DISTRIBUIDORES | 38 |
| 4.2.1. | PRINCIPALES IMPORTADORES / DISTRIBUIDORES EN DISTRITO FEDERAL | 39 |
| 4.2.2. | PRINCIPALES DISTRIBUIDORES / IMPORTADORES EN MONTERREY | 43 |
| 4.2.3. | PRINCIPALES DISTRIBUIDORES / IMPORTADORES EN GUADALAJARA | 48 |
| 4.3. | INSTITUCIONES ESPECIALIZADAS, CÁMARAS EMPRESARIALES Y ASOCIACIONES INDUSTRIALES VINCULADAS AL SECTOR. | 50 |
| 4.4. | FERIAS RELACIONADAS CON EL SECTOR | 55 |
| 4.5. | CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS | 56 |
| <u>5</u> | <u>ACCESO AL MERCADO</u> | <u>56</u> |
| 5.1. | PROCESO DE IMPORTACIÓN | 57 |
| 5.2. | REQUISITOS DE ENTRADA PARA AUTOPARTES | 60 |
| 5.2.1. | NOM'S QUE SE APLICAN A AUTOPARTES | 62 |
| | NOM-050-SCFI-1994 | 63 |
| | NOM-086/1-SCFI 2001 | 64 |

| | | |
|-------------|---|-----------|
| 5.2.2. | NORMAS MEXICANAS QUE SE APLICAN A AUTOPARTES | 65 |
| 5.3. | REGULACIÓN ARANCELARIA Y NO ARANCELARIA | 67 |
| 5.3.1. | ARANCELES E IMPUESTOS | 67 |
| 5.3.2. | CONTRIBUCIONES QUE PUEDEN CAUSARSE CON MOTIVO DE LA IMPORTACIÓN | 69 |
| 5.4. | CÁLCULO DE LA CARGA TRIBUTARIA | 70 |
| 5.4.1. | BASE GRAVABLE DEL IMPUESTO DE IMPORTACIÓN | 70 |
| 5.5. | ANÁLISIS DE OTROS PAÍSES QUE EXPORTAN A MÉXICO | 72 |
| 5.6. | CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS | 74 |
| 6 | <u>DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL</u> | 75 |
| 6.1. | INFRAESTRUCTURA FÍSICA | 75 |
| 6.2. | COMPARATIVOS DE COSTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL | 78 |
| 6.3. | CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS | 79 |
| 7 | <u>PERSPECTIVAS FINALES</u> | 80 |

TABLAS

| | |
|---|----|
| TABLA 1: ÍNDICES DE RENTABILIDAD Y MOROSIDAD, 2000-2003 | 2 |
| TABLA 2: CUADRO DE SUBSECTORIZACIÓN DE AUTOPARTES | 4 |
| TABLA 3: CONSUMO NACIONAL APARENTE, 2000-2002 | 7 |
| TABLA 4: EXPORTACIONES DE MÉXICO, 2000-2002 | 8 |
| TABLA 5: IMPORTACIONES DE MÉXICO, 2000-2002 | 9 |
| TABLA 6: BALANZA COMERCIAL MÉXICO – RESTO DEL MUNDO, 2001-2003 | 9 |
| TABLA 7: INVERSIÓN EXTRANJERA POR ACTIVIDAD. CANTIDAD DE EMPRESAS | 11 |
| TABLA 8: INVERSIÓN EXTRANJERA POR ACTIVIDAD, 2001-2003 | 12 |
| TABLA 9: MARCAS LÍDERES | 23 |
| TABLA 10: PRECIOS DE LLANTAS EN EL MERCADO (VALOR EN DÓLARES) | 26 |
| TABLA 11: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN POR MARCAS | 28 |
| TABLA 12: PRECIOS DE RINES (VALOR EN DÓLARES) | 29 |
| TABLA 13: PRECIOS DE SISTEMA ELÉCTRICO (VALOR EN DÓLARES) | 33 |

| | |
|---|----|
| TABLA 14: PRECIOS DE SISTEMAS DE FRENO (VALOR EN DÓLARES) _____ | 34 |
| TABLA 15: PRECIOS DE FILTROS (VALOR EN DÓLARES) _____ | 33 |
| TABLA 16 PRECIOS DE SISTEMAS DE SUSPENSIÓN (VALOR EN DÓLARES) _____ | 33 |
| TABLA 17: PRECIOS DE EMBRAGUES O CLUTCH (VALOR EN DÓLARES) _____ | 35 |
| TABLA 18: MARCAS DE IMPORTACIÓN _____ | 35 |
| TABLA 19: NORMAS OBLIGATORIAS PARA AUTOPARTES _____ | 62 |
| TABLA 20: ARANCELES VIGENTES EN EL AÑO 2004 _____ | 67 |

ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| ILUSTRACIÓN 1: MAPA DE LOCALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA ENSAMBLADORA _____ | 15 |
| ILUSTRACIÓN 2: MAPA DE LOCALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS PROVEEDORAS DE AUTOPARTES PARA ENSAMBLADORAS EN EL NORTE DE MÉXICO _____ | 20 |
| ILUSTRACIÓN 3: MAPA DE LOCALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS PROVEEDORAS DE AUTOPARTES PARA ENSAMBLADORAS EN EL CENTRO DE MÉXICO. _____ | 21 |
| ILUSTRACIÓN 4: MAPA DE UBICACIÓN DE LAS PRINCIPALES PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS DE AUTOPARTES DEDICADAS A REFACCIONES _____ | 22 |

ANEXOS

| | |
|---|----|
| ANEXO 1: COSTOS COMPARATIVOS DE TRANSPORTE. _____ | 82 |
|---|----|

Autopartes en México

1 INFORMACIÓN GENERAL

1.1. ANTECEDENTES

Antes de la década del ochenta la industria automotriz no tenía demasiada relación con la estructura productiva del país y dependía para sus suministros de las fábricas matrices en el exterior. Posteriormente, con la evolución de la tecnología y la reestructuración del comercio exterior, se dio paso a un proceso de mayor integración. Como consecuencia, en México surgió un grupo de proveedores, algunos como filiales y otros como plantas independientes, con lo cual se logró un mayor grado de integración. Incluso, eso dio lugar al surgimiento de plantas con capital nacional que ya tienen talla mundial y ahora proveen a las armadoras en su país de origen.

En México existen dos grandes asociaciones que agrupan al sector de autopartes: La ARIDRA (ASOCIACIÓN NACIONAL DE REPRESENTANTES, IMPORTADORES DISTRIBUIDORES DE REFACCIONES Y ACCESORIOS PARA AUTOMÓVILES A.C.) que fue fundada en 1943 y la INA (Industria Nacional de Autopartes) que se fundó en 1962. Cada una de ellas se refiere a los dos grupos en que se divide esta industria: la ARIDRA agrupa las empresas del sector de autopartes destinadas a ser utilizadas en refacciones o reparaciones de vehículos y la INA a las empresas del sector abocado a los insumos que se destinan a las terminales de fabricación de vehículos. Ambos organismos se dedican, desde sus orígenes, básicamente a: la representación institucional de las empresas de la industria nacional de autopartes, la investigación y análisis de mercados y productos, colaboran en la actualización en materia de leyes y reglamentos de la industria automotriz y generan información de interés y soluciones para las empresas, en cada una de sus áreas relevantes.

Ambos sectores de la industria de autopartes tuvieron una evolución paulatina y favorable hasta 1994, año en que la crisis macroeconómica los afectó como a la mayoría de los sectores productivos del país. Después de ese año, lentamente el sector se fue reactivando, hasta

llegar al año 2000 en el que la productividad llegó a un nivel máximo de 12.516,550 dólares. En la actualidad se habla de una desaceleración cuyo pico máximo se dio en el 2002 debido a una serie de razones que se detallan en el punto 1.4: “Conclusiones y Perspectivas”.

1.2. COMPORTAMIENTO GENERAL DEL SECTOR

Hoy en día el sector de autopartes es la segunda industria más importante en el país, pues la comercialización de esos productos representa el 19,9 % de las exportaciones y el 16 % del Producto Bruto Interno (PIB) manufacturero, lo cual coloca a México como el octavo país exportador mundial, además, emplea el 1,5 % de la población económicamente ocupada. Según la Encuesta Industrial Mensual publicada por el INEGI¹ de enero de 2004 el sector ocupa un total de 80.427 empleados.

El sector de autopartes tiene un fuerte intercambio comercial con el exterior, siendo básicamente importador. En la actualidad se exporta el 41 % de la producción, mientras que se importa el 51% del consumo nacional².

Tabla 1: Índices De Rentabilidad Y Morosidad, 2000-2003

| AÑO | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|------------------------|--------|--------|------|--------|
| Índice de rentabilidad | 0.3% | 0.3% | 0.3% | 0.4% |
| Índice de morosidad | 20.00% | 21.50% | 21.1 | 18.50% |

Fuente: Estudio sectorial de Autopartes de la Dirección de Análisis y Estudios Económicos del banco Bital.

El sector está calificado con índice de riesgo 4 (riesgo medio)³. Es altamente demandante de recursos financieros para soportar las inversiones en planta, tecnología y en desarrollo de nuevos productos. La integración de las empresas fabricantes de autopartes con la industria terminal es baja, lo que le afecta en el nivel de rentabilidad ya que la escala de producción es menor. La industria de autopartes está

¹ INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

² Fuente: Estudio sectorial de Autopartes de la Dirección de Análisis y Estudios Económicos del banco Bital.

³ Fuente: Banco Bital. Dirección de Análisis y Estudios Económicos.

recibiendo el 18.4% de la cartera de crédito que se otorgó en el sector de maquinaria y equipo.

La mayor parte de las empresas necesitan el financiamiento para poder adquirir tecnología que les permita integrarse al mercado de partes originales. El problema de la cartera vencida ha venido disminuyendo. El índice de morosidad se ubica en 21.5%, muy similar al de la división de maquinaria y equipo. Este indicador está sesgado por las pequeñas empresas que no han podido hacer frente a sus obligaciones financieras.

En general, el sector presenta un índice de rentabilidad estrecho, ya que las variaciones en los precios de las materias primas con relación al de sus productos son mayores. La razón de lo anterior es que la industria armadora de autos presiona a los proveedores de componentes para que no aumenten en forma importante los precios. El incremento de los precios de los vehículos por parte de las armadoras que se registra desde mediados de 2002, se ha reflejado en una mejor relación de precios de la industria de autopartes, al permitirle tener un índice de rentabilidad superior a la unidad desde el último cuatrimestre de 2002.

1.3. SUBSECTORIZACIÓN

Para la presente investigación se ha focalizado el sector de autopartes teniendo en cuenta la potencial oferta colombiana y las importaciones mexicanas. Básicamente el trabajo se realizará sobre neumáticos (llantas) y partes de ruedas de automóviles, autobuses y camiones, arneses eléctricos, guarniciones montadas para frenos, amortiguadores para suspensión, embragues y sus partes, guarniciones de fricción sin montar para frenos, ejes con diferencial y filtros. En el siguiente cuadro se expresan las posiciones arancelarias elegidas y su descripción según el TIGIE⁴.

⁴ TIGIE: Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.

Tabla 2: Cuadro de subsectorización de autopartes

| LÍNEAS | POSICIÓN ARANCELARIA |
|--|----------------------|
| 1 (NEUMÁTICOS) DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOMÓVILES DE TURISMO (INCLUIDOS LOS DEL TIPO FAMILIAR ("BREAK" O "STATION WAGON") Y LOS DE CARRERAS. | 40111001 |
| 2 DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOBUSES O CAMIONES | 40112001 |
| 3 ARNESES RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA USO AUTOMOTRIZ | 85443002 |
| 4. GUARNICIONES PARA FRENOS MONTADAS | 84859003 |
| 5. AMORTIGUADORES DE SUSPENSIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05 | 87088002 |
| 6. (EMBRAGUES Y SUS PARTES) LOS DEMÁS. | 87089399 |
| 7. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. GUARNICIONES PARA FRENOS. LAS DEMÁS. | 68131099 |
| 8. EJES CON DIFERENCIAL, INCLUSO PROVISTOS CON OTROS ÓRGANOS DE TRANSMISIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05. | 87085002 |
| 9. PARA FILTRAR LUBRICANTES O CARBURANTES EN LOS MOTORES DE ENCENDIDO POR CHISPA O POR COMPRESIÓN. | 84212301 |
| 10. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. LAS DEMÁS. | 68139099 |
| 11. RUEDAS Y SUS PARTES Y ACCESORIOS. LOS DEMÁS | 87087099 |

1.4. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

Los distintos representantes del sector hablan actualmente de una crisis o desaceleración, cuya peor manifestación se dio en el año 2001 y que tiene un origen múltiple:

- En primer lugar, se habla de la "pulverización" del sector debido a la proliferación de nuevos modelos y marcas de vehículos, lo cual se incrementará aun más durante el 2004 debido a la apertura de las importaciones de vehículos procedentes de Estados Unidos. Esto hace que los fabricantes de autopartes no den abasto con la incorporación de nuevas tecnologías y la implementación de nuevas matrices para la fabricación de las partes requeridas.
- Las refaccionarias mexicanas se encuentran en una situación económica, tecnológica y de inventarios muy deficiente, debido a que en esos terrenos poco se ha invertido, así que se requiere una reestructura en los procesos de capacitación y conformación de alianzas estratégicas con el propósito de atender un parque vehicular de menor edad y con mayor número de autos importados.
- Por otra parte, la situación de la economía estadounidense, que se manifiesta en los paros técnicos de las empresas terminales automotrices, afecta en la disminución de las ventas y exportaciones de vehículos y autopartes.
- El ingreso masivo de autopartes procedentes de Asia, de calidad inferior a los productos de fabricación nacional, que han logrado una basta penetración en el mercado, desplazando a éstos por precio. Además, este ingreso de productos asiáticos, en su mayoría de procedencia china, no siempre entran por las vías legales sino por medio del contrabando, acentuando aun más la desventaja sufrida por la producción mexicana.
- También influye de manera negativa en el normal desarrollo del sector la creciente comercialización de autopartes robadas, lo que ha llevado varios Estados (departamentos) del país al análisis de políticas de seguridad más eficaces pero que todavía no se han aplicado para lograr resultados concretos.

La crisis actual se palpa en las entrevistas a los distintos representantes del sector, en las que se manifiestan diversas especulaciones, algunas veces contradictorias. Por un lado, se habla de la posibilidad de la futura desaparición de las refaccionarias pequeñas y medianas ante la

imposibilidad de la innovación tecnológica y la actual situación financiera, que impide las inversiones necesarias. Por otro lado, la liberación de la importación de vehículos estadounidenses no garantiza que estos vehículos ingresen al país con sus repuestos originales y ni que cumplan con el servicio post venta, por lo cual, los más optimistas señalan que esto creará una brecha en el sector por el cual se podría perfilar el mejoramiento general del mercado.

2 COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

2.1.PRODUCCIÓN NACIONAL

El SIEM registra un total de 622 empresas dedicadas a la fabricación de autopartes relacionadas con las posiciones arancelarias seleccionadas. De esas 622 empresas, 104 son grandes, 102 medianas, 108 pequeñas y 308 son micro empresas.⁵

Como puede observarse, casi el 50 % de las empresas son micro. Estas son las empresas con tendencia a desaparecer del mercado, según las especulaciones que se hacen en el sector debido a la crisis que se mencionaba en los Antecedentes. Y esto es debido a la poca capacidad de renovación tecnológica y a la gran demanda de apoyo financiero que requieren para ello y para la modificación permanente de sus productos ante la creciente diversificación del mercado.

La producción nacional fue tomada de los estudios sectoriales de la INA⁶, entidad que utiliza fuentes propias y del INEGI. Las estadísticas de producción que maneja no se refieren estrictamente a cada posición arancelaria, pero se incluyen en este estudio porque las clasificaciones que realiza guardan una relación de aproximación, relativamente estrecha con las posiciones seleccionadas. De acuerdo a estas estadísticas, la producción nacional para los productos escogidos fue en

⁵ Esta división se realiza teniendo en cuenta el número de empleados. El 30 de diciembre de 2002, el Diario Oficial de la Federación publicó la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. En ella se clasifica a las empresas realizada por número de empleados: de 0 a 10 empleados es una micro empresa, de 10 a 50: pequeña, de 51 a 250: mediana más de 250: grande

⁶ Fuente: Dirección de Estudios Económicos de INA, AC., con información de INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática).

el año 2000 de 4.850.430.000 dólares, en 2001 fue de 4.636.480.000 y en el 2002 de 4.417.940.000 dólares.

En cuanto al Consumo Nacional Aparente (CNA), en el siguiente cuadro vemos la evolución que ha tenido en los últimos tres años, con respecto a las posiciones arancelarias señaladas anteriormente. En el año 2000 el CNA fue de 1.342.418.000 dólares, en el 2001 cayó casi el 35 por ciento con respecto al año anterior, reduciéndose a 467.538.000 dólares, mientras que en el 2002 mostró un repunte del 333,52 por ciento, llegando a 1.559.333.000 dólares.

Tabla 3: Consumo Nacional Aparente, 2000-2002

(Valor en miles de dólares)

| AÑO | PRODUCCIÓN NACIONAL | IMPORTACIONES | EXPORTACIONES | CONSUMO APARENTE |
|------|---------------------|---------------|---------------|------------------|
| 2000 | \$4,850,430 | \$773,256 | \$4,281,268 | \$1,342,418 |
| 2001 | \$4,636,480 | \$965,051 | \$4,860,993 | \$467,538 |
| 2002 | \$4,417,940 | \$919,190 | \$3,777,797 | \$1,559,333 |

2.2. COMPORTAMIENTO DE COMERCIO EXTERIOR

La procedencia de las importaciones del sector en general es, principalmente Estados Unidos y China. En el caso de los productos cuyas posiciones arancelarias hemos señalado en el cuadro de subsectorización, es, en orden de importancia, Estados Unidos, Brasil, Alemania e Italia. Mientras que los países de destino para estas mismas posiciones son Estados Unidos, Francia, Alemania y Canadá.

En los siguientes cuadros, se pueden ver las exportaciones e importaciones por posición arancelaria y su variación en los últimos tres años.

Tabla 4: Exportaciones de México, 2000-2002

(Valor en miles de dólares)

| POSICIÓN ARANCELARIA | EXPORTACIONES DE MÉXICO | | | VARIACIÓN | PRINCIPALES PAÍSES |
|-------------------------|-------------------------|-------------|-----------|------------|-----------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | | |
| 40111001 | \$72,408 | \$59,611 | 134,405 | 56% | USA/ECUADOR |
| 40112001 | \$24,272 | \$19,940 | 13,356 | -49% | USA/EL SALVADOR |
| 85443002 | \$4,176,214 | \$3,443,945 | 4,299,509 | 20% | USA/FRANCIA |
| 84859003 | \$21,972 | \$5,291 | 9 | -58689% | USA/CANADÁ |
| 87088002 | \$27,400 | \$39,053 | 0 | -39052900% | USA/CANADÁ |
| 87089399 | \$21,636 | \$26,331 | 41,576 | 37% | USA/ALEMANIA |
| 68131099 | \$14,643 | \$11,094 | 9,113 | -22% | USA/ALEMANIA |
| 87085002 | \$256,330 | \$58,518 | 1,341 | -4264% | USA/FRANCIA |
| 84212301 | \$32,630 | \$28,221 | 41,200 | 32% | USA/REINO UNIDO |
| 68139099 | \$9,700 | \$3,506 | 1,132 | -210% | USA/EL SALVADOR |
| 87087099 | \$203,788 | \$82,287 | 50,781 | -62% | USA/CANADÁ |
| TOTAL EXPORTACIONES | \$4,860,993 | \$3,777,797 | 4,592,422 | 18% | |

Fuente: Siavi ⁷

⁷ SIAVI: Servicio de Información Arancelaria Vía Internet.

Tabla 5: Importaciones de México, 2000-2002

(Valor en miles de dólares)

| POSICIÓN ARANCELARIA | IMPORTACIONES DE MÉXICO | | | VARIACIÓN | PRINCIPALES PAÍSES |
|-------------------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 | | |
| 40111001 | \$326,358 | \$310,296 | \$357,387 | 13.18% | USA/COREA DEL SUR |
| 40112001 | \$371,324 | \$345,514 | \$300,411 | -15.01% | USA/ BRASIL |
| 85443002 | \$89,745 | \$95,309 | \$122,095 | 21.94% | USA/ BRASIL |
| 84859003 | \$1,362 | \$819 | \$810 | -1.11% | USA/ ALEMANIA |
| 87088002 | \$20 | \$26 | \$35 | 25.71% | ITALIA/USA |
| 87089399 | \$42,312 | \$45,861 | \$66,318 | 30.85% | USA/ ALEMANIA |
| 68131099 | \$12,023 | \$10,973 | \$11,005 | 0.29% | USA /JAPÓN |
| 87085002 | \$6,525 | \$9,575 | \$5,085 | -88.30% | TURQUÍA/ITALIA |
| 84212301 | \$48,832 | \$53,064 | \$65,095 | 18.48% | USA/ ALEMANIA |
| 68139099 | \$1,297 | \$873 | \$2,121 | 58.84% | USA/ BRASIL |
| 87087099 | \$65,253 | \$46,880 | \$43,542 | -7.67% | USA /MALASIA |
| TOTAL IMPORTACIONES | \$965,051 | \$919,190 | \$973,904 | 5.62% | |

Fuente: Siavi⁸

Tabla 6: Balanza Comercial México – Resto Del Mundo, 2001-2003

(Valor en miles de dólares)

| POSICIÓN ARANCELARIA | BALANZA COMERCIAL | | |
|--|-------------------|-------------|-------------|
| | 2001 | 2002 | 2003 |
| 40111001 LLANTAS AUTOMÓVILES TURISMO | -\$253,950 | -\$250,685 | -\$222,982 |
| 40112001 LLANTAS BUSES O CAMIONES | -\$347,052 | -\$325,574 | -\$287,055 |
| 85443002 ARNESES ELÉCTRICOS | \$4,086,469 | \$3,348,636 | \$4,177,414 |
| 84859003 GUARNICIONES PARA FRENOS MONTADAS | \$20,610 | \$4,472 | -\$801 |

⁸ SIAVI: Servicio de Información Arancelaria Vía Internet.

| | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|
| 87088002 AMORTIGUADORES | \$27,380 | \$39,027 | -\$35 |
| 87089399 EMBRAGUES Y SUS PARTES | -\$20,676 | -\$19,530 | -\$24,742 |
| 68131099 GUARNICIONES DE FRICCIÓN PARA FRENOS | \$2,620 | \$121 | -\$1,892 |
| 87085002 EJES CON DIFERENCIAL | \$249,805 | \$48,943 | -\$3,744 |
| 84212301 FILTROS | -\$16,202 | -\$24,843 | -\$23,895 |
| 68139099 GUARNICIONES DE FRICCIÓN PARA FRENOS O EMBRIAGUES | \$8,403 | \$2,633 | -\$989 |
| 87087099 RUEDAS Y SUS PARTES | \$138,535 | \$35,407 | \$7,239 |

El 1 de abril de 2002, entró en vigor la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación (TIGIE) y todas las posiciones arancelarias se modificaron. Después de esa fecha sufrieron cambios parciales, por lo cual las variaciones que reflejan no corresponden necesariamente al comportamiento del mercado en cuanto al producto que designan.

Asimismo, las estadísticas de comercio exterior se refieren globalmente a las autopartes, sin discriminar cuáles son destinadas a utilizarse en la fabricación de automóviles como equipo original y cuáles las que se destinarán a refacciones, sin embargo es posible hacer algunos comentarios al respecto.

- En primer lugar, el mayor flujo de intercambio comercial en el sector se produce con Estados Unidos, este hecho provocó las fuertes caídas en las exportaciones durante los años 2002 y 2003.
- Las empresas Uniroyal, Goodyear y Euzkadi cerraron sus fábricas en los años 2000 y 2001 y en la actualidad se dedican a importar sus marcas provenientes de distintos países. Sin embargo, con las modificaciones a las posiciones arancelarias realizadas en los años 2002 y 2003 el incremento de las importaciones no se refleja directamente en las estadísticas.
- La caída en las ventas de camiones en México sí puede verse reflejada en la disminución en la importación de llantas y en los ejes con diferencial. Esto debería revertirse por la implementación a fines del año

2003 de la política federal de apoyo a la renovación de flotillas de camiones (Programa de Modernización del Autotransporte de Carga).

- Los productos importados de Brasil y Alemania, están mayormente relacionados con la fabricación del Volkswagen Sedán, la cual disminuyó drásticamente hasta finalizar la producción en el año 2003. De todos modos, la fábrica garantiza la existencia de refacciones durante los próximos diez años.

2.3. INVERSIÓN EXTRANJERA

En cuanto a la inversión extranjera directa, la Dirección Nacional de Inversión Extranjera, dependiente de la Secretaría de Economía registra, a septiembre de 2003, un total de 575 empresas relacionadas con la industria automotriz. De esta cantidad el 72,50 % corresponden a la fabricación de otras partes y accesorios para automóviles y camiones. El 8,3 % corresponde a la fabricación de motores y sus partes. El 3,3 % a la fabricación de sistemas de frenos. El 3,1 % a la fabricación de sistemas de suspensión. El 1,9 % a la fabricación de sistemas de transmisión. El resto se reparte entre empresas que fabrican y ensamblan automóviles y camiones y remolques y carrocerías.

Tabla 7: Inversión Extranjera Por Actividad. Cantidad de empresas

| Clases de actividad | Empresas | % |
|---|----------|-------|
| Total | 575 | 100.0 |
| Fabricación de otras partes y accesorios para automóviles y camiones. | 417 | 72.5 |
| Fabricación de motores y sus partes para automóviles y camiones. | 48 | 8.3 |
| Fabricación y ensamble de automóviles y camiones. | 47 | 8.2 |
| Fabricación de partes accesorios para el sistema de frenos de automóviles y camiones. | 19 | 3.3 |
| Fabricación de partes para el sistema de suspensión de automóviles y camiones. | 18 | 3.2 |
| Fabricación y ensamble de carrocerías y remolques para automóviles y camiones. | 15 | 2.6 |
| Fabricación de partes para el sistema de transmisión de automóviles y | 11 | 1.9 |

| | | |
|-----------|--|--|
| camiones. | | |
|-----------|--|--|

Fuente: Secretaría de Economía, Dirección Nacional de Inversión Extranjera

De esas 575 empresas, 370 cuentan con inversión directa de Estados Unidos, 64 de Alemania y 33 de Canadá, 24 de Japón, 22 de Holanda y 19 de España. El resto se reparte entre varios países. Con inversión colombiana hay registradas 4 empresas. La mayor parte de estas empresas (204 en total) están ubicadas en el Distrito Federal y Estado de México.

En el cuadro siguiente vemos la inversión extranjera, notificada a la Secretaría de Economía hasta septiembre de 2003 en miles de dólares y de acuerdo a la actividad.

Tabla 8: Inversión Extranjera Por Actividad, 2001-2003

(Valor en miles de dólares)

| Clases de actividad | 2001 | 2002 | 2003 ^{1/} | Acumulado 1999-2003 | % |
|---|-------------|-------------|--------------------|------------------------|------|
| Total | 1,279,245.4 | 1,136,170.0 | 805,114.7 | 6,982,112.8 | 100 |
| Fabricación de otras partes y accesorios para automóviles y camiones. | 1,084,738.3 | 754,470.6 | 556,999.4 | 3,860,239.6 | 55.3 |
| Fabricación y ensamble de automóviles y camiones. | 18,376.5 | 286,421.7 | 193,915.7 | 2,339,492.4 | 33.5 |
| Fabricación de partes para el sistema de suspensión de automóviles y camiones. | 27,069.0 | 37,989.0 | 22,798.9 | 291,277.7 | 4.2 |
| Fabricación de motores y sus partes para automóviles y camiones. | 32,507.9 | 34,852.3 | 14,535.1 | 254,171.7 | 3.6 |
| Fabricación de partes accesorios para el sistema de frenos de automóviles y camiones. | 38,268.7 | 9,095.8 | 3,824.2 | 85,062.1 | 1.2 |
| Fabricación y ensamble de carrocerías y remolques para automóviles y camiones. | 69,476.8 | 2,801.0 | 0.0 | 79,644.7 | 1.1 |
| Fabricación de partes para el sistema de transmisión de automóviles y camiones. | 8,808.2 | 10,539.7 | 13,041.4 | 72,224.6 | 1.1 |

Fuente: Secretaría de Economía, Dirección Nacional de Inversión Extranjera

2.4. APOYOS GUBERNAMENTALES

En este momento, no hay políticas gubernamentales que impulsen o protejan el desarrollo económico del sector. Justamente esa es una de las quejas que más resuenan desde los distintos organismos o cámaras involucradas. Básicamente, se habla de la necesidad de una mayor protección a la industria nacional y a las importaciones legales, mediante un mayor control de los productos importados, ya que la mercadería sin certificado de origen, o con certificado de origen fraudulento, ingresa al país y ganan mercado por la ventaja del precio.

Del mismo modo, requieren una mayor flexibilidad en los créditos para incrementar las constantes inversiones que se requieren ante la diversificación del mercado automotriz y la necesidad de la capacitación tecnológica que reconvierta al sector autopartista en un sector competitivo a nivel mundial. También se habla de la necesidad de acción oficial para la promoción del desarrollo de una mayor inversión extranjera mediante una reforma fiscal, ya que otros mercados emergentes que intentan atraer capitales cuentan con incentivos más eficientes y descuento de impuestos y eliminan a México como país potencial para la radicación de industrias.

Por el contrario, el TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) es visto casi como una amenaza a la industria por parte de los autopartistas mexicanos, especialmente los fabricantes. Su importancia en el mercado actual de México es muy grande, aunque sus derivaciones aún no pueden medirse. A partir de enero de 2004 el sector automotor quedó libre de arancel de importación. Los particulares pueden importar autos nuevos de Estados Unidos, las empresas armadoras no tienen que cumplir con el requisito de la balanza comercial positiva y para el año 2018 se podrán importar automóviles usados. Todas las posiciones arancelarias analizadas en este estudio quedaron exentas de arancel para la importación desde Estados Unidos y Canadá.

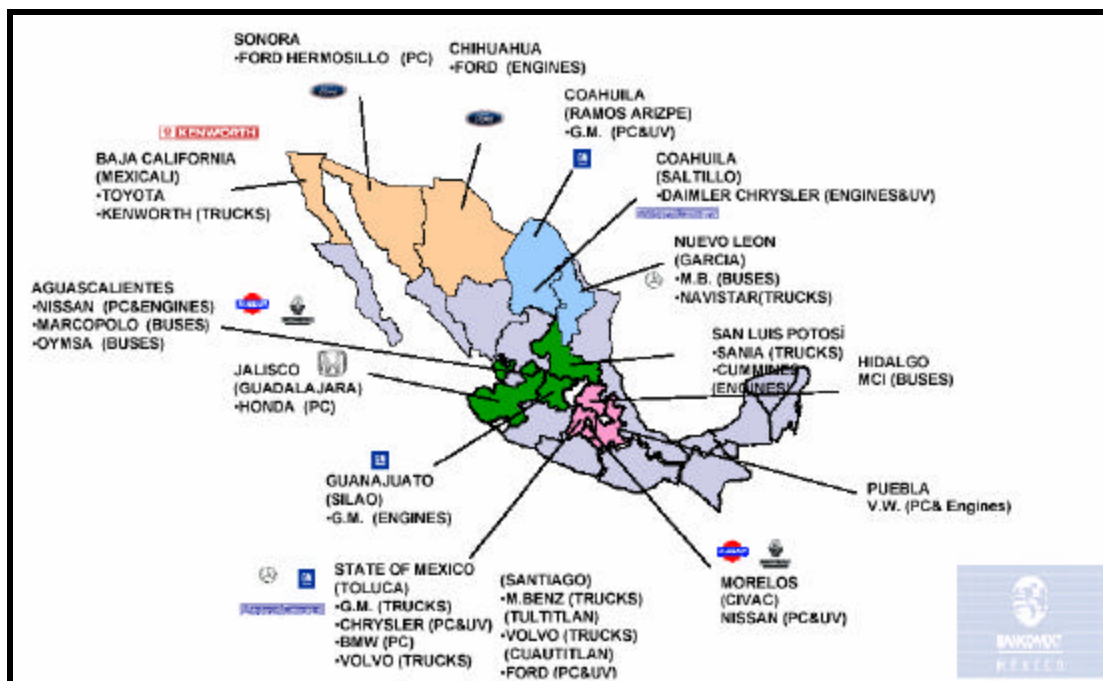
2.5. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Para esbozar las características de la demanda en el sector autopartista es necesario primero hablar nuevamente de las dos grandes ramas en que se divide la industria. El sector se divide en:

2.6. EQUIPO ORIGINAL

Las empresas fabricantes de autopartes suministran productos directamente a la planta ensambladora para ser incorporados en vehículos nuevos. Los requerimientos de este tipo de producción son muy elevados, y se deben cumplir con estándares de calidad. Los productos deben contar con el grado de certificación de calidad QS-9000 y el VDA 6.1, en el que se verifica que la industria de autopartes cuente con procesos de mejora continua. Desde 1993 a la fecha se ha logrado reducir el índice de productos defectuosos al pasar del 0,8% a un 0.03%. Del mismo modo, deben cumplir con estándares de tiempos de entrega cada vez menores. Por esa razón, la mayor parte de las fábricas de autopartes destinadas a equipo original se encuentra en cercanía geográfica con las ensambladoras o fábricas de automóviles. Las siguientes ilustraciones corresponden a la ubicación geográfica de las fábricas de automóviles o ensambladoras.

Ilustración 1: Mapa de localización de la industria ensambladora



Fuente: Bancomext

Las fábricas de automóviles localizadas al norte del país son, básicamente, las que exportan vehículos a Estados Unidos, su ubicación en la frontera norte les otorga la ventaja de minimizar el costo de los fletes. Las que se encuentran en el centro del país destinan su producción, principalmente al mercado interno.

2.7. REFACCIONES

Las autopartes son destinadas a reemplazar partes usadas. El nivel de tecnificación es, en general, más bajo que en el caso anterior y el mercado es más competitivo y padece de la mayoría de los problemas que se mencionan en los Antecedentes. La demanda de estos productos la realizan, en su mayor parte, los mismos talleres de reparación de vehículos.

En México, según la PROFECO⁹ existen cuatro tipos de talleres de refacción o reparación de vehículos. Los "tlalchicholes", es decir, los que

⁹ PROFECO: Procuraduría Federal del Consumidor. "Revista del Consumidor", número 311, Enero 2003.

trabajan en plena calle, los particulares, las franquicias y los que pertenecen a agencias y fábricas de automóviles. La diferencia entre ellos radica, básicamente, en la preparación de los mecánicos.

Los “tlalchicholes” casi no tienen preparación alguna, no cuentan con equipos ni tecnología suficiente.

Las agencias de vehículos cuentan con una gran tecnología y capacitación permanente y específica de la marca.

Las franquicias, por lo general, se ocupan de las refacciones o reparaciones rápidas y sencillas, como frenos, afinación o cambio de aceite.

Los talleres particulares abarcan todas las reparaciones, pero les implica un mayor esfuerzo y una búsqueda de capacitación constante. Sin embargo, todas las refacciones que se realicen en cualquier clase de taller mecánico deben cumplir también con una norma., la NOM-068-SCFI-2000, de Prácticas Comerciales- Requisitos de información para la prestación de servicios de reparación y/o mantenimiento de vehículos. Asimismo, el Artículo 62 de la Ley Federal del Consumidor indica que el consumidor tiene derecho a una facturación detallada, con los precios de refacciones empleadas y de la mano de obra, garantía por el trabajo realizado, devolución de las refacciones deterioradas y utilización de solamente partes y refacciones nuevas.

Según la Secretaría de Economía hay 146.720 talleres mecánicos.

Estos serían los dos grandes segmentos de la demanda en los que se divide el sector. En las primeras entrevistas realizadas con representantes del sector quedó claro que el mercado meta para la industria colombiana sería el de las refacciones. Así lo afirmó, por ejemplo, el Lic. Jorge Oseguera, Gerente General de ARIDRA. En primer lugar, porque los proveedores de insumo para ensambladoras de vehículos se determinan a nivel global, en las matrices de las industrias, fuera del país.

En segundo lugar, porque el segmento de las refacciones, si bien en estos momentos atraviesa una etapa de fuerte nivel de competencia –en algunos casos desleal– se encuentra ávido de incorporar los cientos de productos que el sector no alcanza a producir por la ya mencionada “pulverización” del mercado automotriz, es decir, la diversificación de los productos requeridos.

Por otra parte, este segmento también está necesitado de realizar alianzas estratégicas con países favorecidos por Tratados de Libre Comercio con México que permitan el desarrollo de la evolución tecnológica y la capacitación permanente que se requiere y de la cual carecen la mayor parte de las micro, pequeñas y medianas industrias que lo integran.

Actualmente el parque vehicular mexicano ocupa, por su tamaño, el segundo lugar en América Latina y el décimo a escala mundial. En 1999, los vehículos con edad no mayor a 35 años sumaron 10 millones 645 mil unidades, sin contabilizar los vehículos fronterizos e ilegales que circulan en nuestro país y su edad promedio alcanzó su punto máximo durante la década al rebasar los 12 años, lo que representa grandes oportunidades de negocios para los fabricantes de equipo de repuesto en el país.

Durante muchos años, falta de información detallada sobre el crecimiento y estructura del parque vehicular en México, originó que las empresas fabricantes de equipo de repuesto carecieran de las herramientas necesarias para estimar la demanda potencial de su producto así como las expectativas de crecimiento de su mercado.

Actualmente la Industria Nacional de Autopartes (INA), ofrece a sus asociados y otras empresas y/o instituciones interesadas, un estudio completo del parque vehicular mexicano con información detallada de los vehículos por marca, modelo y cilindrada que circulan en el país, en las principales regiones geográficas y en los 16 estados más importantes de la república. Este estudio abarca, a nivel nacional, hasta el año 2000 y por estados (departamentos) hasta el año 1998 y tiene un costo de US\$ 2,000 más IVA.

Las épocas del año de más venta de autopartes al consumidor final son tres:

- 1) después de las fiestas navideñas (en México, antes de estas fiestas, los mayores gastos de la familia se destinan prioritariamente al arreglo y decoración de la casa).
- 2) antes y después de las vacaciones de julio, (ya sea para preparar el automóvil para el viaje, o para repararlo después de terminado el mismo, y del mismo modo ocurre con el transporte público).
- 3) en la época de lluvias, que aunque varía cada año, va desde julio a octubre o noviembre.

Para el caso de las llantas, la época del año de más venta está también relacionada con la temporada de vacaciones.

Para los accesorios, como los rines deportivos o de aluminio, como se trata de artículos considerados “de lujo” la temporada de mayor venta es otra. En México las fábricas de autos sacan a la venta sus nuevos modelos en el mes de octubre. Las personas que adquieren vehículos cero kilómetro apenas salidos de fábrica, los equipan con accesorios (como rines deportivos, equipos de música, alarmas, etc.) entre octubre y enero. Esa es la época del año de mayor venta para estos productos.

Teniendo en cuenta estos períodos del año, los importadores y distribuidores prevén sus compras para mantener el stock y poder satisfacer las demandas.

2.8. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

Principalmente por la entrada en vigor de la liberación de aranceles para los productos provenientes de Estados Unidos y Canadá las perspectivas aún no son claras. Las fábricas nacionales de refacciones, sobre todo las más pequeñas, con poca capacidad de financiación y modernización, serán las más perjudicadas. Del mismo modo, las importaciones provenientes de otros países deberán competir con precio, calidad y rapidez en las entregas.

Debido a la estructura del mercado local, las posibilidades del exportador radican en la demanda de autopartes de refacción más que de equipo original.

3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En cuanto al comercio nacional, El SIEM¹⁰ tiene contabilizadas 12.640 empresas dedicadas a la comercialización de autopartes y llantas. El 16,42 % están ubicadas en el Distrito Federal, el 17,33 % en el Estado de México, el 19,57 % en el Estado de Jalisco, el 3,86 % en Nuevo León y el 42,82 % están distribuidas en el resto del país. De estas comercializadoras, el 94 por ciento son micro empresas, con menos de diez empleados.¹¹

De acuerdo a lo dicho anteriormente, acerca de la gran división entre autopartes para ensambles de vehículos nuevos y autopartes para ser utilizados en refacciones vemos a continuación los mapas con la ubicación geográfica de las principales industrias. Como ya se dijo, la concentración geográfica en el norte y centro del país está relacionada con la cercanía de las fábricas automotrices.

¹⁰ SIEM: Sistema de Información Empresarial Mexicano.

¹¹ Esta división se realiza teniendo en cuenta el número de empleados. El 30 de diciembre de 2002, el Diario Oficial de la Federación publicó la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. En ella se clasifica a las empresas realizada por número de empleados: de 0 a 10 empleados es una micro empresa, de 10 a 50: pequeña, de 51 a 250: mediana más de 250: grande.

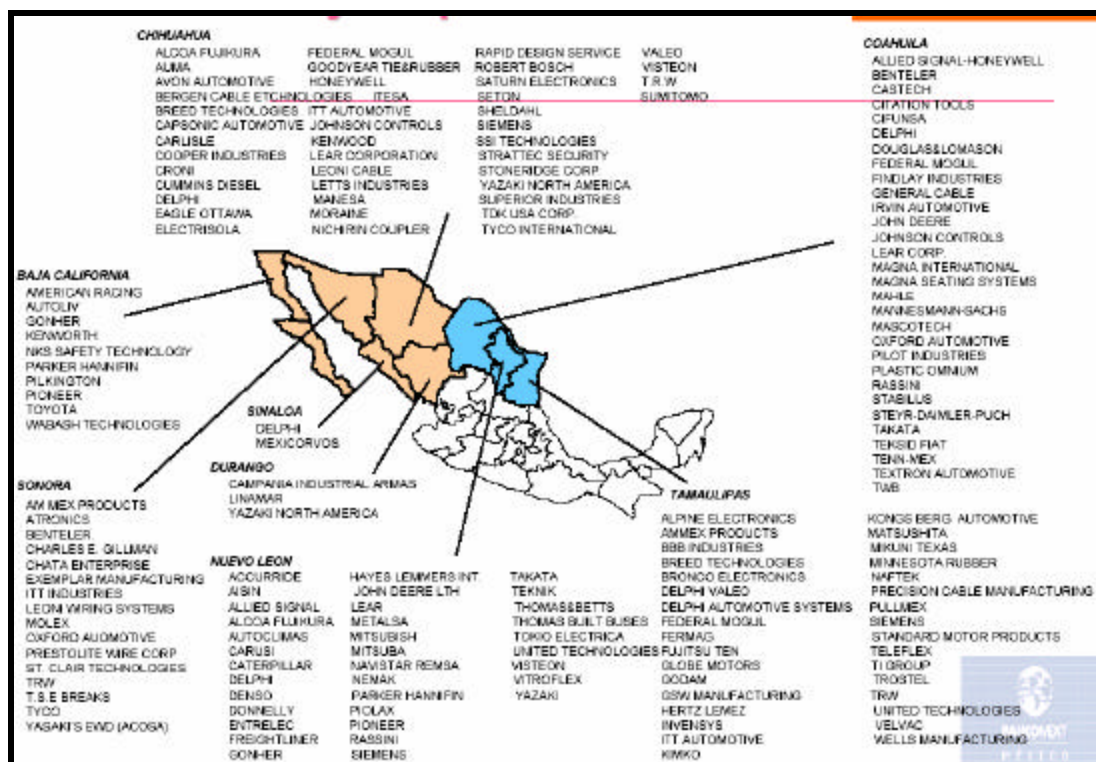
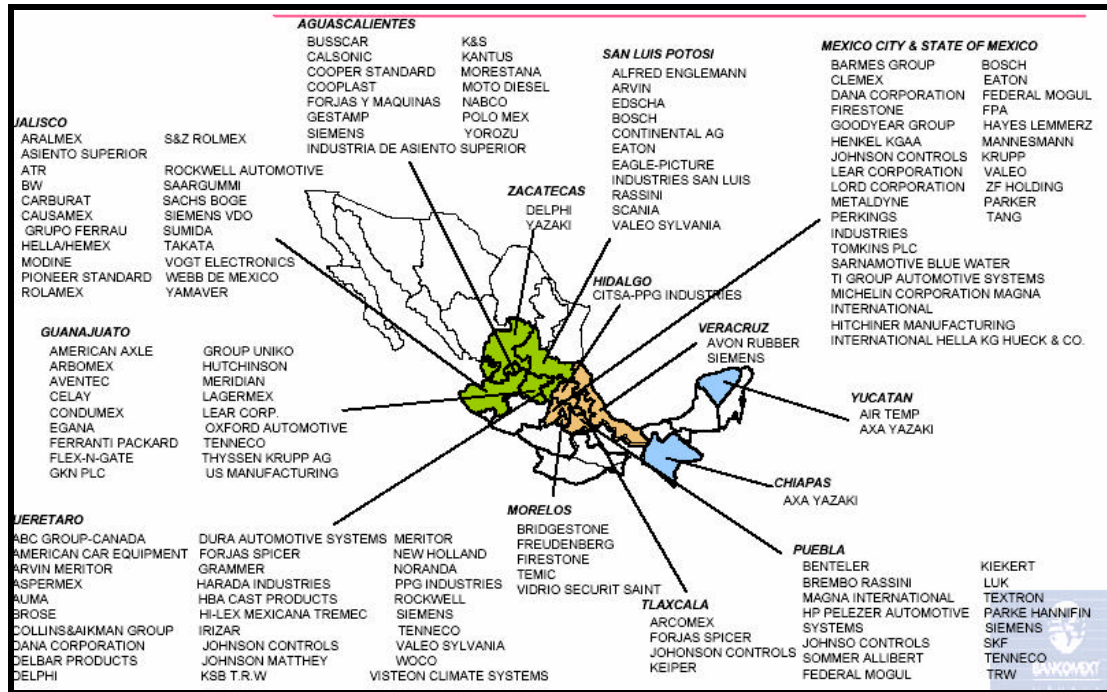
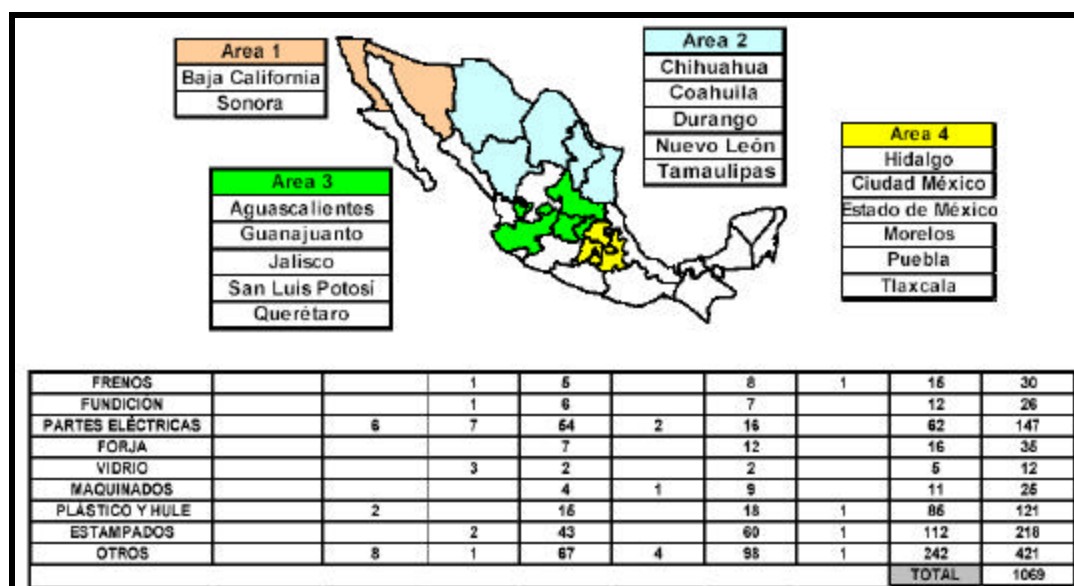


Ilustración 3: Mapa de localización de las principales industrias proveedoras de autopartes para ensambladoras en el centro de México.



Fuente: Bancomext

Ilustración 4: Mapa de ubicación de las principales pequeñas y medianas industrias de autopartes dedicadas a refacciones



Fuente: SIEM (Sistema de Información Empresarial Mexicano)

3.1. CLUSTERS INDUSTRIALES

El desarrollo de la industria en México ha incidido sobre el fortalecimiento regional y la creación de clusters industriales. Por ejemplo, el corredor industrial del norte Saltillo-Ramos Arizpe-Monterrey es el lugar preferido de la industria metalmecánica para la producción de automóviles, camiones y autopartes. Por ejemplo la empresa Nemark es el principal proveedor de EE.UU. de cabezas y monoblocks de aluminio para vehículos por la cercanía con la frontera que permite la exportación de vehículos y partes con menor costo.

El Bajío: Aguascalientes-Guanajuato-San Luis Potosí es un polo de atracción y fomento para la industria automotriz, especializado en la fabricación de camionetas, vehículos para pasajeros y fabricación de autopartes.

Puebla destaca por la expansión de su industria ensambladora de vehículos, fomentando el establecimiento de proveedores de autopartes en la zona (por ejemplo: la producción mundial del vehículo Beetle de la VW se realiza en esta ciudad).

Estas agrupaciones industriales permiten, básicamente, la reducción de inventario de las ensambladoras o armadoras de vehículos y también la reducción de costos de transporte. En el caso de las refacciones esto no influye, dado que las ventas no tienen que ver con la ubicación de las fábricas de vehículos.

3.2. PRINCIPALES MARCAS EN EL MERCADO

Tabla 9: Marcas líderes.

| LÍNEAS DE PRODUCTOS | PRINCIPALES MARCAS | MARCA LÍDER |
|-----------------------|---|---|
| LLANTAS | MICHELIN, YOKOHAMA, PIRELLI, BF GOOD RICH, DUNLOP, BRIDGESTONE, CONTINENTAL TIRES, GOODYEAR, UNIROYAL, JETZON TIRES, FEDERAL. | BRIDGESTONE, FIRESTONE, CONTINENTAL: POR FAMA Y ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS |
| RINES | MOMO, BINNO, AZE, SPEEDLINE, KASEI WHEELS, ANTERA, TSW, SPORTIVA WHEELS, KROMMA WHEELS, | MOMO: POR FAMA MUNDIAL |
| SISTEMAS DE FRENOS | LUK, WAGNER, AMB, FERODO Y MARCAS ORIGINALES. | LUK: POR PRECIOS, GARANTÍA Y CRÉDITO |
| FILTROS | GOHNER, LUBERFINER, INTERFIL, UNIVERSAL MONSTER FLOW, K Y N, FRAM Y MARCAS ORIGINALES | GOHNER: POR DISPONIBILIDAD |
| AMORTIGUACIÓN | ARVIL, BOGE, MONROE, CARTER, MOPAR, RANCHO, BOGAS | MONROE Y BOGE: POR GARANTÍA |
| EMBRIAGUES (CLUTCH) | LUK, SATCH, SPICER, MARCAS ORIGINALES, CAHSA, RAIMSA, CHROMITE | LUK Y MARCAS ORIGINALES: POR GARANTÍA |
| CABLES ELÉCTRICOS | MARCAS ORIGINALES, MOTOR CRAFT, CARTER, FUNKE, LANGER, OMZ, NOLOGY | MARCAS ORIGINALES: POR COMPATIBILIDAD CON AUTOMÓVIL |
| SISTEMAS DE DIRECCIÓN | MOOG, SYD, DAI, SPICER, EATON, FEDERAL MOGUL | MOOG: POR CALIDAD |

3.2.1. LLANTAS

Las llantas de fabricación nacional son Continental Tires, Bridgestone, Firestone y Tornel. Sin embargo, las tres primeras firmas también comercializan llantas importadas provenientes de Estados Unidos. Las empresas Uniroyal, Goodyear y Euzkadi han optado por cerrar sus fábricas en los años 2000 y 2001 y en la actualidad se dedican a importar sus marcas provenientes de distintos países. Aunque Goodyear conserva todavía la fabricación de algunos productos como mangueras automotrices, pero no llantas.


Las llantas se comercializan en tiendas especializadas por marca (Bridgestone, Goodyear, en las grandes cadenas de autoservicios que cuentan con un sector especial para automotores (Sam's, Costo, Wall Mart) y en las "vulcanizadoras", que son las tiendas de reparación y venta de llantas. A estos sitios acuden los consumidores finales del producto. Las empresas utilizan publicidad en medios masivos, especialmente carteles espectaculares (tipo vallas) y comerciales en televisión, apuntando a la seguridad que brindan al consumidor.

Según Salvador Tornel, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Hulera y directivo de la fábrica Tornel, de los 23 millones de llantas que se venden en México en un año, el 40 % son nacionales, el 30 % proviene de la importación legal y el 30 % restante de la importación "dudosa". Este fenómeno se da principalmente en la zona norte del país, en la que la cercanía con Estados Unidos facilita el contrabando. Las llantas que entran al país de este modo son tanto nuevas como usadas y, generalmente, no cumplen con las normas vigentes ni con los requisitos mínimos de seguridad.

3.2.1.1. LLANTAS IMPORTADAS

| LLANTAS MICHELIN - UNIROYAL - BF GOODRICH | | |
|--|---|---|
|  |  |  |
|  |  |  |
| <p>Av. Carlos Hank González 332, Distrito Federal TELÉFONO (5255) 5710-0595 5488-6400 5399-5000</p> | | |
| <p>MICHELIN: Pionera en segmentar productos y marcas (automóviles, camionetas, autobuses, agrícola y aviación) Realiza inversiones conjuntas con red de distribuidores para desarrollar plantas renovadoras. Al finalizar el 2004 tendrán abiertas plantas renovadoras en Monterrey, Veracruz, Guadalajara y México. Aceptarán la renovación de llantas de otras marcas, con el fin de que después los consumidores emigren a la adquisición de las propias. Importan, básicamente de Estados Unidos.</p> <p>UNIROYAL Casi 60 años de presencia en el país. Cuentan con más de 500 puntos de venta en el país. Ofrece garantía de sus productos de hasta 90.000 Km.</p> <p>BF GOODRICH Otra división de Michelin, desde 1991 para los segmentos automotriz, camioneta, camión y agrícola.</p> | | |

| GOODYEAR DE MÉXICO | |
|--|---|
|  | <p>Cerro de las Campanas 3, oficina 411, Colonia Fraccionamiento San Andrés Atenco, Tlanepantla, Estado de México. TELÉFONO (5255) 5378-4647 www.goodyear.com.mx</p> |
| <p>Tiene más de 50 años de presencia en México. Actualmente importa de Estados Unidos y Brasil. Cuenta con una red nacional de servicios de más de 500 centros y con 9 centros "Total Card Services", con lo cual espera incrementar para este año a 27 % su participación en el mercado y posicionar el "valor de marca" en la venta del cliente. Los centros son propiedad de 9 de sus distribuidores, con concepto integral, cambio de llantas, alineación, balanceo, frenos, etc. y atención al cliente. La red cumple con los estándares de calidad y profesionalismo, lo que permite la fidelización del cliente. Trabaja por diferenciar su marca con mercadotecnia, eventos con clientes y distribuidores, publicidad, etc.</p> <p>Todavía mantiene tres plantas en el país, en Chihuahua y Estado de México, aunque no fabrican llantas, sino otros productos como mangueras automotrices y bandas.</p> <p>Maneja además las marcas Kelly Tires y Dunlop, esta última de menos penetración en el mercado.</p> <p>La marca Nelly la introdujeron en México hace más de cinco años, con el concepto de larga vida y precios competitivos.</p> <p>Es la única empresa que ofrece triple garantía (vida original, primero y segundo renovado). Tiene 22 plantas especializadas en renovado.</p> | |

| PIRELLI NEUMÁTICOS DE MÉXICO, S.A. DE C. V. | |
|--|---|
|  | Aristóteles No. 103 Colonia Polanco (11560) Distrito Federal TELÉFONO (5255) 9138-2345 Fax: (5255) 9138-2353 http://www.pirelli.com.mx |
| Con presencia en México desde 1998, la marca italiana distribuyen más de 400 modelos a través de más de 50 distribuidores. Forman parte de una red de marketing global, desarrollada en 120 países, con presencia manufacturera en 20 países. Actualmente importan llantas de Brasil, desde donde parte también la inversión para la apertura de las operaciones en México. Maneja precios competitivos en relación a otras marcas consideradas "Premium". | |

El siguiente cuadro es una guía de marcas, modelos, medidas y precios de llantas en el mercado.

Tabla 10: Precios de llantas en el mercado.

(Valor en dólares)

| MARCA | MODELO | MEDIDA | PRECIO PROMEDIO por unidad US\$ |
|-------------|---|-----------|---------------------------------|
| MICHELÍN | X-ONE DURABBLACK PILOT LTX (PARA AUTOS) | 185-70-14 | 650 |
| | | 185-60-14 | 880 |
| | | 265-70-16 | 170 |
| | | 255-65-17 | 180 |
| | LTX M/S (PARA CAMIONETAS) | 205-75-15 | 115 |
| | | 235-75-15 | 134 |
| | | 235-70-16 | 880 |
| BF GOODRICH | COMMERCIAL T/A ALL SEASON | 235-85-16 | 96 |
| | BAJA T/A | 315-75-16 | 198 |
| | ALL TERRAIN T/A KO | 235-75-15 | 98 |
| UNIROYAL | TIGER PAW NAILGARD | 175-70-13 | 770 |
| | | 235-75-15 | 770 |

| | | | |
|--------------|----------------------|-----------|-----|
| | TIGER PAW AWP | 175-70-13 | 38 |
| | | 235-75-15 | 70 |
| FEDERAL | S-S 535 | 185-65-14 | 50 |
| | | 225-50-16 | 95 |
| JETZON TIRES | GENESIS HR RBL | 185-60-14 | 53 |
| | | 205-60-15 | 59 |
| | | 225-60-16 | 75 |
| GENERAL TIRE | XP 2000 II | 165-80-13 | 23 |
| CONTINENTAL | VIKING PROTECH | 195-60-14 | 40 |
| BRIDGESTONE | BS POTENZA | 175-70-13 | 42 |
| | BS TURANZA EL41 | 205-60-16 | 116 |
| | DUELER HT 684 II C/N | 265-70-17 | 188 |
| | BS DESERT DU | 265-70-15 | 162 |
| FIRESTONE | FS F570 M+S | 155-80-13 | 43 |
| | FS FIREHAWK 660 | 185-60-14 | 60 |
| | FS ATX LB | 205-75-15 | 90 |
| | FS STEELTEX LB | 235-75-15 | 81 |

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, marzo-mayo 2004.

Tabla 11: Porcentaje de participación por marcas

| LLANTAS RADIALES PARA AUTOMÓVILES | |
|---|------------------------------------|
| MARCA | PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO |
| Goodyear, Dunlop | 21.00% |
| Continental, GT, Euzkadi | 19.00% |
| Bridgestone, Firestone | 18.00% |
| Michelin, BfGoodrich, Uniroyal | 15.00% |
| Tornel | 6.00% |
| Cooper | 5.00% |
| Pirelli | 1.90% |
| Otros | 14.10% |
| LLANTAS CONVENCIONALES PARA CAMIONETAS | |
| Continental, GT, Euskadi | 27.00% |
| Goodyear, Dunlop | 23.00% |
| Michelin, BFGoodrich, Uniroyal | 17.00% |
| Bridgestone, Firestone | 16.00% |
| Tornel | 2.00% |
| Otros | 15.00% |
| LLANTAS RADIALES PARA CAMIONES | |
| Bridgestone, Firestone | 27.00% |
| Michelin, BFGoodrich, Uniroyal | 24.50% |
| Continental, GT, Euskadi | 21.00% |
| Goodyear, Dunlop | 15.00% |
| Pirelli | 1.10% |
| Tornel | 1.00% |
| Otros | 10.40% |

| LLANTAS CONVENCIONALES PARA CAMIONES | |
|--------------------------------------|--------|
| Continental, GT, Euskadi | 25.40% |
| Goodyear, Dunlop | 22.40% |
| Bridgestone, Firestone | 21.30% |
| Michelin, BFGoodrich, Uniroyal | 19.80% |
| Pirelli | 2.40% |
| Tornel | 1.00% |
| Otros | 7.70% |

Fuente: www.indicadorautomotriz.com.mx

3.2.2. RINES

Los rines no son considerados autopartes o refacciones, sino que están vistos como accesorios y se comercializan tanto con las llantas como en "boutiques" para automóviles, conjuntamente con volantes deportivos o sistemas de audio a donde acuden los consumidores directos de estos productos. La publicidad de estos productos se encuentra en los medios gráficos especializados dirigidos a los amantes de los autos. Los más vendidos son los importados de marcas prestigiosas, como Momo. Se venden en juegos de a cuatro y a veces cinco piezas. A continuación vemos un cuadro con precios.

Tabla 12: Precios de rines (valor en dólares)¹²


| MARCA | MODELO | PRECIO POR JUEGO DE 4 (PROMEDIO) |
|-----------------|------------|----------------------------------|
| SPORTIVA WHEELS | MONZA 17" | 572 |
| | IMAGE 18" | 650 |
| | LEGEND 19" | 720 |
| KROMMA WHEELS | 13" | 345 |
| | 14" | 410 |
| | 15" | 495 |
| | 16" | 580 |
| | 17" | 772 |
| | PICK UP | 518 |

¹² Información recogida por grupo consultor en mayo 2004.

| | | |
|-------|---------------------------|-----|
| MOMO | TUNER 7J X 15 H2 | 210 |
| | GTZ RACING 5 1/2J X 13 H2 | 800 |
| BINNO | S4600 7,5 X 16 | 880 |

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, marzo-mayo 2004.

3.2.2.1. MARCAS NACIONALES

| ACCURIDE DE MÉXICO S.A. | |
|--|--|
| <p>Av. Norte América No 301 Parque Industrial Las Americas Autopista Monterrey-Laredo Km. 31.5 Ciénega de Flores, Nuevo León, México 65550 TELÉFONO (5281) 8158-8800 www accuride.com</p> |  |
| <p>La filial de la empresa norteamericana estableció su fábrica en México en 1999. Produce rines de aluminio en una gran variedad de tamaños y estilos diseñados para resistir la corrosión, los golpes y que lucen bien. Forjados de una pieza completa de aluminio, diseñados para tener una larga vida, requiriendo poco mantenimiento y bajísimos costos de operación.</p> | |

| AR WHEELS | |
|--|---|
| <p>Pico de Oriza 7, Colonia Roma, Distrito Federal TELÉFONO (5255) 5363-6842</p> |  |
| <p>Fundada en 1993, fabrica rines de aluminio de alta calidad. Tiene una capacidad de producción de 1500 piezas diarias. Exportan a Estados Unidos, Canadá, Argentina y Uruguay. Tienen distribuidores en Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, Estado de México y Estados Unidos. Marcas AR y Sportiva Wheels</p> | |

3.2.2.2. MARCAS IMPORTADAS

| RINES BINNO | | |
|---|---|---|
|  |  | RINES DEPORTIVOS DE ALUMINIO PARA AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS 4 X 4 PROCEDENCIA: BRASIL |
| RINES MOMO | | |
|  |  | RINES DEPORTIVOS DE ALUMINIO PARA AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS 4 X 4 PROCEDENCIA: ITALIA |
| ALESSIO | | |
|  | | RINES DEPORTIVOS DE ALUMINIO PARA AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS 4 X 4 PROCEDENCIA: ITALIA |
| ENKEI | | |
|  | | RINES DEPORTIVOS DE ALUMINIO PARA AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS 4 X 4 PROCEDENCIA: JAPÓN |
|  | | RINES DEPORTIVOS DE ALUMINIO PARA AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS 4 X 4 PROCEDENCIA: ESTADOS UNIDOS |

3.2.3. FRENOS, SUSPENSIÓN, EMBRAGUES, DIRECCIÓN, FILTROS Y SISTEMA ELÉCTRICO

En el caso de las demás líneas de productos (sistemas de freno, suspensión, embragues o clutch, dirección, filtros y sistema eléctrico) los compradores de estos artículos, generalmente, no son los consumidores directos, dueños del vehículo al que se destinará la pieza, sino los mecánicos que efectúan la reparación del mismo, quienes aplican un margen variable de ganancia sobre el producto, además de cobrar la mano de obra. Este hecho se da por el desconocimiento general del dueño del auto acerca de las piezas mecánicas que lo componen. Por esta razón, la publicidad de estos productos es de carácter interno, está destinada a los mecánicos, en forma de folletos técnicos, afiches y calendarios o lapiceros publicitarios, pero, en general, es muy escasa. Algunos distribuidores mayoristas hacen eventos de promoción o show rooms, con promotoras y demostradores de algunos de sus productos con frecuencia anual.

Hasta hace unos años, había una zona del Distrito Federal donde se concentraban las tiendas de refacciones, en la Colonia Centro, en los alrededores de la Avenida Bucarelli. Actualmente, esa zona está en franca decadencia. Los dueños de las tiendas que todavía están abiertas al público coinciden en que este hecho se debe a la proliferación de tiendas que comercializan autopartes de dudosa procedencia (robadas o de contrabando) en la Colonia Buenos Aires y en Iztapalapa. Los mecánicos acuden a estas zonas en donde los precios de las refacciones son mucho más bajos.

Lo mismo sucede en la ciudad de Monterrey. Existe una zona llamada Pablo de la Garza, que es conocida por manejar artículos robados: esta situación si bien es menor que en el Distrito Federal, con el tiempo ha ido creciendo. Las piezas que mayormente son robadas y por lo tanto buscadas son: accesorios en general, espejos, antenas, copas o tapones, llantas, rines, lámparas y farolas y stereos, así como también partes internas del auto que provienen de vehículos robados y posteriormente, desarmados para este fin.

A continuación se presenta cuadros de precios de estos artículos.

Tabla 13: Precios de sistema eléctrico.

(Valor en dólares US\$)

| MARCA | MODELO | PRECIO |
|--------|--------------------------------------|--------|
| NOLOGY | BUJÍA SILVERSTONE PARA FORD EXPLORER | 12 |
| | CABLE ENCENDIDO FORD EXPLORER | 452 |
| | BUJÍA PARA VW SEDAN | 12 |
| | BUJÍA PARA VW GOLF | 12 |
| | CABLE ENCENDIDO VW GOLF | 248 |

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, marzo-mayo 2004.

Tabla 14: Precios de filtros

(Valor en dólares US\$)

| MARCA | MODELO | PRECIO |
|--------------|--|--------|
| KYN | FILTRO DE AIRE PARA NISSAN TSURU | 81 |
| | FILTRO DE AIRE LÍNEA 3 GEN, CARBURADOS | 95 |
| | FILTRO DE ACEITE PARA NISSAN ALTIMA | 20 |
| MONSTER FLOW | FILTRO UNIVERSAL | 95 |

: Pr

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, marzo-mayo 2004.

Tabla 15: Precio de sistemas de suspensión.

(Valor en dólares US\$)

| MARCA | MODELO | PRECIO |
|--------|---------------------------------------|--------|
| MOPAR | AMORTIGUADOR PARA VARIOS MODELOS | 409 |
| FORD | SISTEMA SUSPENSIÓN ORIGINAL | 272.7 |
| RANCHO | SISTEMA SUSPENSIÓN CHEVROLET SUBURBAN | 50 |
| | SISTEMA SUSPENSIÓN CHEVROLET 2WD | 50 |
| | SISTEMA SUSPENSIÓN FORD F-150 | 50 |
| | RSX SHOCK ABSORBER | 770 |
| | DUAL ACTION REMOTE CONTROL SYSTEM | 550 |

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, marzo-mayo 2004.

Tabla 16: Precios de sistemas de freno.

(Valor en dólares US\$)

| MARCA | MODELO | PRECIO (PROMEDIO) |
|----------------------|---|-------------------|
| NISSAN | BALATAS TRASERAS PICK UP 2,4 | 30 |
| ATE | BALATAS DELANTERAS PARA VW GOLF 2,0 LTS | 38 |
| | BALATAS DELANTERAS PARA VW SEDAN | 43 |
| | BALATAS DELANTERAS PARA VW POINTER | 21 |
| TEXTAR | BALATAS DELANTERAS PARA CHEVROLET CHEVY | 67 |
| | BALATAS DELANTERAS PARA VW POINTER | 77 |
| KERPEN | FRENOS DE DISCO DELANTERO CHEVROLET ASTRA | 230 |
| | FRENOS DE DISCO DELANTERO CHEVROLET CHEVY | 230 |
| | FRENOS DE DISCO DELANTERO CHEVROLET MONZA | 230 |
| KERPEN | FRENOS DE DISCO DELANTERO VW GOLF | 290 |
| | FRENOS DE DISCO DELANTERO VW JETTA | 290 |
| | FRENOS DE DISCO DELANTERO VW BEETLE | 290 |
| | FRENOS DE DISCO DELANTERO VW POINTER | 290 |
| | FRENOS DE DISCO DELANTERO VW PASSAT | 290 |
| PERFORMANCE FRICTION | BALATAS DELANTERAS CHEVROLET BLAZER | 48 |
| | BALATAS DELANTERAS NISSAN ALTIMA | 74 |
| | BALATAS DELANTERAS CHRYSLER VOYAGER | 83 |

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, marzo-mayo 2004.


Tabla 17: Precios de embragues o clutch.
(Valor en dólares US\$)

| MARCA | MODELO | PRECIO |
|--------|--------------------------------|--------|
| LUK | DIÁMETRO 200 MM VW SEDAN | 45 |
| | 180 MM NISSAN TSURU | 34 |
| | 180 MM CHRYSLER ATOS | 45 |
| | 190 MM CHEVROLET CHEVY Y MONZA | 42 |
| SPICER | 190 MM NISSAN TSURU | 35 |
| | 200 MM FORD SCORT | 93 |
| | 210 MM VW GOLF, JETTA | 39 |

Tabla

Fuente: Elaborado por el grupo consultor, marzo-mayo 2004.

Tabla 18: Marcas de importación.

| MARCAS IMPORTADAS: FRENOS, FILTROS, AMORTIGUACIÓN, EMBRAGUES, CABLES, DIRECCIÓN | |
|---|--|
| FILTROS LUBERFINER PROCEDENCIA: ESTADOS UNIDOS VARIOS IMPORTADORES |  |
| SISTEMAS DE FRENOS, IMPORTADO POR FEDERAL MOGUL MÉXICO, PROCEDENCIA: ESTADOS UNIDOS Federal Mogul México: Radial Toltecas 2, Tequexquihuac, Tlalnepantla, Estado de México. TELÉFONO (5255) 5321-2800 |  |
| SISTEMAS DE FRENOS, IMPORTADO POR FEDERAL MOGUL MÉXICO, PROCEDENCIA: ESTADOS UNIDOS |  |
| SUSPENSIÓN Y DIRECCIÓN, IMPORTADO POR FEDERAL MOGUL MÉXICO, PROCEDENCIA: ESTADOS UNIDOS |  |

| | |
|---|---|
| <p>SUSPENSIÓN, DIRECCIÓN Y EMBRAGUES, IMPORTADO POR DANA MÉXICO, PROCEDENCIA: ESTADOS UNIDOS</p> <p>Dana Echlin Comercial, S.A. de C.V. Av. Javier Rojo Gómez 1201-C Col. San Miguel Iztapalapa, Distrito Federal TELÉFONO (5255) 5804-1410</p> |  |
| <p>AMORTIGUADORES. IMPORTADO POR SACHS BOGE DE MÉXICO. Poniente 150-888, Industrial Vallejo, Distrito Federal TELÉFONO (5255) 5078-4300</p> |  |
| <p>TENNECO AUTOMOTIVE: tiene plantas en México, pero la mayoría de los productos se importan de Estados Unidos.</p> |  |
| <p>IMPORTADO POR TENNECO AUTOMOTIVE DE MÉXICO, procedencia: Estados Unidos</p> |  |
| <p>ARNESES ELÉCTRICOS. IMPORTADO POR SPORTCHIPS Av. Universidad 575-A, Colonia Narvarte, Distrito Federal TEL (5255) 5575-6077</p> |  |

3.3. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

Como ya se dijo, el comprador de refacciones es, en general, el mecánico que va a realizar la reparación. Básicamente para la decisión de compra se basa en la relación precio-garantía-disponibilidad. El problema de la disponibilidad de un producto está relacionado con la pulverización del mercado ya citada. Ante la cantidad de modelos de vehículos, los fabricantes locales, sobre todo los pequeños, no alcanzan a diseñar las refacciones necesarias. Por eso, los compradores, muchas veces se dirigen a aquellos proveedores o fabricantes más grandes, que con seguridad cuentan con la pieza requerida. La oferta local es múltiple, a las marcas citadas deben agregarse los productos usados, muchas veces robados, y los provenientes de la importación ilegal. Los talleres mecánicos grandes, con mano de obra capacitada y con clientela fidelizada recurren a las marcas que brindan esta relación de precio, garantía y disponibilidad, pero los pequeños talleres, o los ubicados en lugares de paso, como carreteras, entrada a ciudades, etc., recurren habitualmente a la compra de refacciones de procedencia ilegal o usadas, porque se basan en los precios.

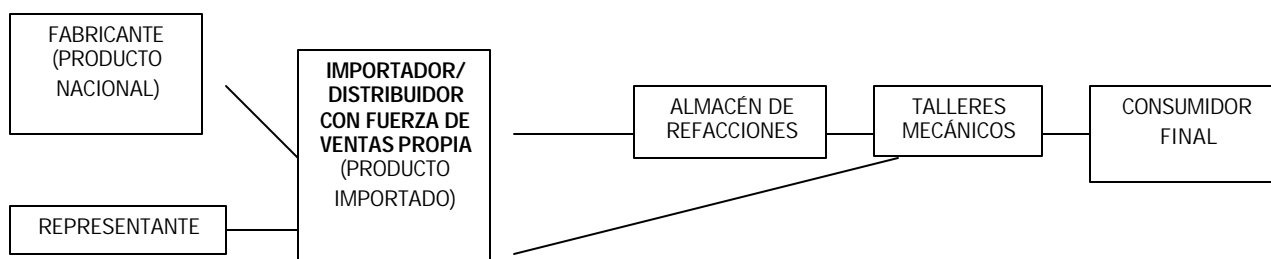
En el caso de las llantas, los compradores suelen ser los usuarios directos, por lo que las preferencias están dadas por las empresas que por la presencia de marca sugieren más confiabilidad y durabilidad, por lo que la relación precio-confiabilidad es la más importante.

Los rines, al ser considerados como accesorios, no siguen los parámetros de los demás productos analizados. La competencia se da entre marcas líderes reconocidas mundialmente, independientemente de los precios, ya que se trata de productos dirigidos a un consumidor de nivel económico alto.

4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

4.1. FLUJOS DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CANALES

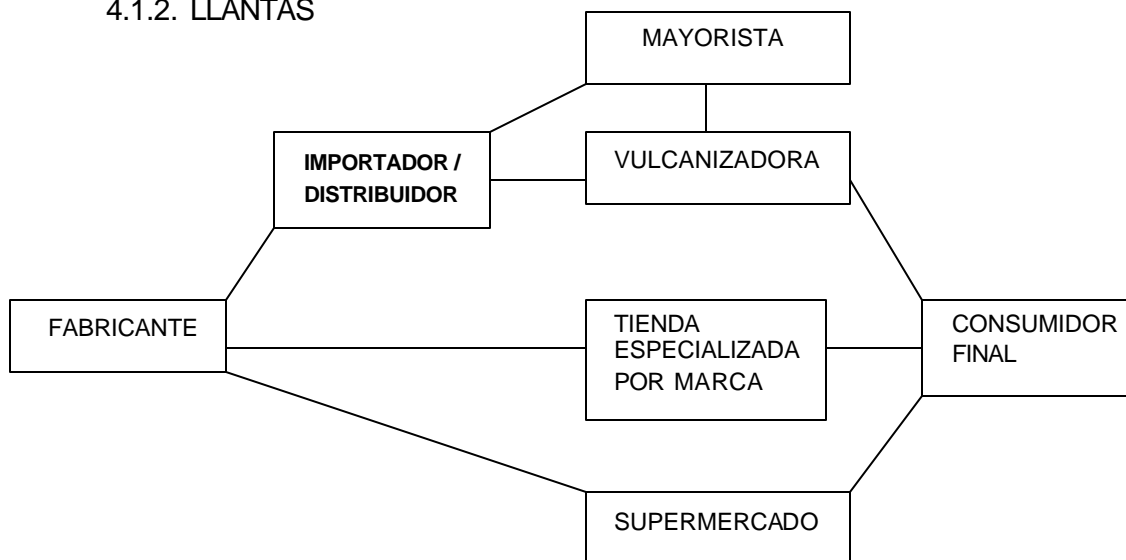
4.1.1. AUTOPARTES Y ACCESORIOS



Las autopartes nacionales son vendidas por los distribuidores, en la mayoría de los casos a las almacenes de refacciones, y en algunos casos, a los talleres mecánicos importantes, que pueden comprar por mayoreo las piezas necesarias. Lo mismo sucede con los artículos de procedencia extranjera. Los distribuidores los importan y comercializan en los dos puntos de la cadena citados. Generalmente la compra al exterior se hace directamente, aunque todavía existen algunos representantes, que operan como intermediarios entre ambas partes. Los grandes distribuidores participan de las ferias nacionales

relacionadas con el tema, pero lo hacen para mantener la presencia de marca, porque según afirmaron varios de ellos, la feria importante para la realización de nuevos negocios es Sema Show, que se realiza en Las Vegas.

4.1.2. LLANTAS



El fabricante le vende al distribuidor, que es también Importador y éste vende sus productos a las tiendas de mayoreo y vulcanizadoras (almacenes que reparan y venden llantas) adonde acude el consumidor final. La única diferencia es que, en algunos casos, como Bridgestone (nacional) o Goodyear (importada) hay almacenes especializadas por marca, adonde acuden los consumidores finales y que venden también a algunos supermercados.

4.2. IMPORTADORES / DISTRIBUIDORES

Los distribuidores son también, en la mayoría de los casos, importadores. Cuentan con fuerza de venta propia, en todos los casos, y la mayoría cuenta con transporte propio para la distribución física de sus productos. En el Distrito Federal, la mayoría de ellos entrega el producto al día siguiente de ser pedido al vendedor, si lo tienen en bodega.

Las empresas más grandes del Distrito Federal cuentan con sucursales en el interior del país, cubriéndolo casi en su totalidad.

Manejan márgenes de comercialización que van del 18 al 20 % y las tiendas a quienes les surten le agregan, aproximadamente un 30 % más. A sus clientes les ofrecen financiación a 30 días, lo que en general, suele convertirse en 45 o 50 días.

Tienen crédito con sus proveedores extranjeros. La mayoría compra a través del sistema de Cobranza Internacional y pagan a 60 días FOB. En el caso de las compras a China y Taiwán, utilizan Carta de Crédito.

La periodicidad de compra de estos distribuidores es diaria en el caso de productos mexicanos. En cuanto a las importaciones, la mayoría cuenta con planeamientos anuales para evitar el desabastecimiento de productos y la periodicidad varía de cuatro meses a un año. De acuerdo al producto, compran contenedores completos de un solo producto o varios, o carga consolidada para productos de menor rotación.

En piezas originales, tanto los distribuidores como los fabricantes respaldan sus productos con un promedio de 3 meses a 3 años de garantía. En el caso de las piezas importadas de China o Taiwán no se ofrece garantía, pero igualmente se venden bien por los bajos precios.

4.2.1. PRINCIPALES IMPORTADORES / DISTRIBUIDORES EN DISTRITO FEDERAL


| SAGAJI S.A. DE C.V. | |
|--|---|
| <p>Anahuac 120, Col. El Mirador, México DF. Teléfono: Directo: 2652-7009 Conmutador: 2652-7000 Ext. 140, fax: Ext. 147 Contacto: Arnulfo García Jiménez (Director de Compras), Arturo Mondragón, compras Mail: agarcia@sagaji.com.mx www.sagaji.com.mx</p>  | <p>Operan en el mercado desde 1985, aunque con la actual razón social, desde 1990. Tienen sucursales en Puebla, León, Monterrey y Oaxaca. Cuentan con 110 vendedores propios.</p> <p>Comercializan toda clase de autopartes para reparaciones: principalmente: partes de motor, suspensión, embriague, sistemas de enfriamiento (radiadores, mangueras, bombas de agua, etc.). Manejan todas las marcas nacionales e importan de de USA, Brasil, Corea, Alemania, China y Japón. El 28 % de sus compras son de productos importados. Tienen en total 19.200 referencias, de las cuales la rotación principal son, aproximadamente, 6.000. Estos productos son destinados al VW Sedán, Chevrolet Chevy, Atos y Nissan Tsuru. Manejan refacciones para autos y camionetas hasta 3,5., todos de gasolina (no Diesel).</p> <p>En total, cuentan con 600 empleados y 80 camionetas propias para la distribución de sus</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>productos. Cuentan con dos marcas propias que fabrican maquiladoras. Estas marcas son Soni y Unicar.</p> |
|--|---|

| REFACCIONES CALIFORNIA | |
|--|---|
| <p>Saratoga 306, Col. Portales, México D.F Teléfono: 5804-4500 Contacto: Octavio Quintero Nesme Mail: rc@corp.rama.com.mx www.refaccionariacalifornia.com.mx</p>  | <p>Se iniciaron en el año 1947. Cuentan con 59 tiendas propias distribuidas en todo el país, con una fuerza de ventas de 150 vendedores. Tienen 25.000 referencias, todo para gasolina, manejan toda la gama de refacciones que va desde un auto hasta camiones de la serie 600 (camiones de gaseosas), carrocerías, partes duras de motor, suspensión, etc. Venden todas las marcas nacionales e importan de USA, Canadá, Argentina, Brasil, Italia, China y Taiwán.</p> |

| COMERCIALIZADORA CALDERÓN | |
|---|--|
| <p>Norte 74, Nro. 6103, Col. Gertrudis Sánchez, México DF (a 2 cuadras de Eje 4 Norte y Av. Talismán) Teléfono: 5771-8400, Ext. 8405 Fax: 5760-9485 Contacto: Lic. Juan Alberto Sánchez Montesino, Jefe de compras. www.calderon.com.mx mail: asanchezm@calderon.com.mx</p>  | <p>Operan desde 1986, cuentan con 3 tiendas en el Distrito Federal y cuarenta vendedores propios en todo el país. Se dedican, especialmente a las partes eléctricas del automóvil: motores para ventiladores, cables para bujías, bujías para todas las marcas del mercado. Importan de USA, China, India, Taiwán, Italia y Brasil. Cuentan con 6500 productos. La empresa Sinterizados de Colombia les hizo una oferta, pero los precios no les resultaron convenientes. En la actualidad exportan a Colombia. Están interesados en recibir nuevas ofertas, principalmente de motoventiladores y bujes.</p> |

| MIL NEUMÁTICOS | |
|---|---|
|  <p> Roble No. 11 Fracc. Ind. Tabla Honda, Tlalnepantla, Edo. de México, C.P. 54126 5388-5633, 5388-5266, 5388-5488, Fax. 5388-9306 www.milneumaticos.com.mx/ Contacto: Lic. Mateo Torrado (hijo) Asistente: Elizabeth Vera </p> | <p>Fundada en 1988. Distribuidor de llantas nuevas, renovadas y rines dedicado a proveer a flotillas, fabricantes de equipo original y subdistribuidores.</p> |

| AUTOPAR DISTRIBUIDORA S.A. D E C.V. | |
|--|---|
| <p> San Bartolo Naucalpan 136, Colonia Argentina Poniente, México DF. Teléfono 5726-8200 Contacto: Pilar Jerónimo, Compras. Mail: pilar_jeronimo@dacomsa.com www.dacomsa.com </p>  | <p> Son miembros del grupo mexicano DESC que tiene más de veinte años y cuenta con empresas de muy distintos rubros. En autopartes tienen 39 empresas en total, de las cuales, 19 son fábricas. Su marca propia más conocida es Spicer (amortiguadores) y Moresa (pistones). </p> <p> En el año 2002, sus ventas totales fueron de 850 millones de dólares, de los cuales 550 millones fueron ventas de exportación. El 75 % de sus ventas de autopartes están destinadas a las plantas armadoras de vehículos, el 25 % restante son ventas de refacciones, las que realizan a través de sus comercializadoras Autopar y Comosa. </p> <p> Se dedican principalmente a la venta de refacciones de partes de motor, frenos y suspensiones. </p> |

| LORCAR AUTOPARTES | |
|---|---|
| <p> Calle E, Nro. 21, Colonia Negra Modelo Naucalpan, Estado de México Teléfono/Fax (0155) 363-3927 (0155) 373-6511 (0155) 373-6619 www.lorcar.com.mx Contacto: Antonio Lorca (socio encargado de Compras) </p> | <p> Comercializan rines deportivos, llantas y accesorios (volantes, terminales para palancas de cambio). Tienen 15 años en el mercado. Cuentan con bodega y fuerza de ventas propia. Distribuyen a mayoristas y minoristas. </p> |

| HI PERFORMANCE | |
|---|--|
| Fray Juan de Torquemada 63 5538-6486 México DF Contacto: Carlos Sosa (Socio) | Distribuidor de rines, llantas y accesorios. Tiene 30 años en el mercado, cuenta con vendedores, repartidores y bodegas propias. Exportan a Centro y Sudamérica. |

| RINES HAZAMA SATÉLITE | |
|--|--|
| Blvd M. A. Camacho 1869, Satelite, Estado de México 5572-4933 Contacto: Francisco Hazama Mail: rineshazama@terra.com.mx | 40 años en el ramo. Distribuye a otros mayoristas y a minoristas. Son muy conocidos en el mercado, realizan ventas foráneas. Importa rines deportivos de aluminio, especialmente de oriente, sin marca conocida. Especial interés en rines para autos, medidas 15 y 17 y para camionetas, medidas 20 y 22. |

| AUTOBAHNER | |
|---|---|
| Patriotismo 70, D.F. 5273-9551/9552/9553 Contacto: Gerad Riquer (Gerente) | Importadores y representantes de rines Antera (Italia) y Asev (Alemania). Vende a mayoristas, minoristas y agencias de autos. |

| RINES A.R. | |
|--|---|
| Pico de Orizaba 7, Col. Roma, D.F. 5363-6842 Contacto: Víctor Manuel Sánchez (ventas) http://64.78.44.116/arwheels/ | Fabricantes de rines Sportiva Wheels. Exportan a Argentina, Uruguay y Panamá. También importan rines y llantas. Dan un año de garantía, venden a mayoristas y minoristas. Cuentan con dos bodegas en el D. F. |

| AUTODESING | |
|---|---|
| Lago Iseo 70, Col. Anahuac, D.F. 5386-7380/ 5050/2744 Fax : 5386-2375 info@momodesign.com.mx Contacto: Juan Alberto Briones | Importadores y representantes autorizados de rines y accesorios Momo. |

| RINES DEPORTIVOS RUGALAR | |
|---|---|
| Tatlaya s/n esquina Jiménez Cantú, Col. Centro Urbano, Cuahutilán Iztcalli, Estado de México. 5871-1121 5868-3079 Contacto: Laureano Rufino García (Director General) | Distribución y reparación de rines deportivos. Vende al público y realiza ventas al interior del país. Cuenta con dos sucursales en Estado de México. Muy interesado en conocer oferta exportable colombiana. |

| AIRDESIGN S.A. DE C.V. | |
|--|--|
| <p>Air Design S.A. de C.V. Av. Dr Gustavo Baz N° 43 Por Circuito Escultores Ciudad Satélite. Edo de México TEL: (52) 5393-6636, 5393-6632 , 5393-6624 , 5393-6622, NEXTEL: (52) 2584-0565 Contacto: Eduardo Vázquez, compras. www.airdesign.com.mx mail: airdesign@mxonline.com.mx</p>  | <p>Fabrican accesorios para automóviles relacionados con la aerodinamia. También distribuyen en todo el país rines y llantas y otros accesorios deportivos. Tienen más de 30 distribuidores y en país y también en Estados Unidos y Europa.</p> |

PRINCIP

4.2.2. PRINCIPALES DISTRIBUIDORES / IMPORTADORES EN MONTERREY


| ROLCAR SERVIPARTES | |
|---|--|
| <p>Cerrada Cd. De los Angeles 105, Col. Bosques del Nogalar, San Nicolás de los Garza. N.L. Teléfono: (81)8126-6000 Contacto: Rogelio López (Director general en Aguascalientes), Gilberto López (Director en Nuevo León) Web: http://www.rolcar.com/</p>  | <p>Comercializan partes y herramientas automotrices. Cuentan con 23 establecimientos en la zona metropolitana de Nuevo León, y otros en Aguascalientes (matriz general), Chihuahua, Durango, Guadalajara, México DF., Puebla, Puerto Vallarta, Saltillo, Torreón y Zamora.</p> |

| REDHI REFACCIONARIAS | |
|--|--|
| <p>Av. Pablo Livas 2404, Fraccionamiento Las Villas, Guadalupe, N.L. Teléfono: (81)8337- 6610, 8367-3493 Contacto: Pedro Martínez (compras) dieselhdz@terra.com.mx</p> | <p>Refacciones y autopartes en general para automóviles y camiones diesel. Mayoreo y menudeo. 3 establecimientos en Nuevo León. Representaciones de refacciones motrices</p> |

| REREMO | |
|--|--|
| Av. Ruiz Cortines 2616 Pte. Mitras Centro, Monterrey, N. L. (81)8151-6370 Contacto: Gerardo Vélez www.reremo.com.mx | Venden por mayoreo y menudeo refacciones para automóviles y camiones diesel y gasolina. Cuentan con 2 establecimientos en Nuevo León, 2 en Torreón Coahuila, 1 en Durango, y 2 en Chihuahua. |

| GOVI | |
|--|---|
| Martín Carrera 304 Col. Regina. Universidad, San Nicolás de los Garza, N. L. (81)8351-3360, 8351-3400, 8331-1016 govi@unet.com.mx Contacto: Enrique Aguilar (compras) | Autopartes en general. Especialistas en suspensión. Mayoreo y menudeo. 5 establecimientos en Nuevo León. 1 en Saltillo, Coahuila; 1 en Poza Rica, Veracruz. |

| REFACCIONARIA GALINDO | |
|---|--|
| Colón Oriente 181 Col. Francisco. I. Madero, Monterrey, N.L. (81)8354-0509 y 7798 Contacto: Juan Ramón Núñez (compras). | Comercializan productos químicos, refacciones y accesorios nacionales e importados. 3 establecimientos en Nuevo León |


| FIRO | |
|--|---|
| <p>Jesús M. Garza 3311, Col. Fco. I. Madero, Monterrey, N.L. (81) 8354-0819 www.firo.com.mx grupo.firo@firo.com.mx Contacto: José Gaitán (compras).</p>  | <p>Compra, venta, distribución, consignación y fabricación de todo tipo de partes eléctricas automotrices. Mayoreo y menudeo. 3 establecimientos en Nuevo León.</p> |

| TRACTO PARTES RAMÓN S.A. DE C.V. | |
|---|---|
| <p>Pablo A. De la Garza 1251 Nte. Col. Pablo A. De la Garza, CP. 64580, Monterrey, NL. (81)8354-7038 y 7460 Fax. (81)8355-1800 engranes@terra.com.mx Contacto: Ernesto Jeti o Rubén García (compras)</p> | <p>Mayoreo y menudeo de refacciones para camionetas pick up, doble rodada, camiones y remolques. Especialidad en partes para transmisión, diferencial, barra cardan, nudos y direcciones.</p> |

| ÁGUILA REAL | |
|---|--|
| <p>Pablo A. De la Garza 1009 Nte. Col. Acero. Monterrey. NL. (81)8354-1571 y 1129 Fax: (81)8355-2270 elaguilareal@axtel.net</p> | <p>Autopartes en general. 3 establecimientos en Nuevo León. Contacto: Sr. Martínez (compras)</p> |

| AREGSA | |
|---|---|
| <p>Diego Díaz de Berlanga 523 Col. Las puentes 15° sector, San Nicolás de los Garza, N.L. (81)8298-2984, 8353-5358 Fax: (81)8350-8801 aregsa@hotmail.com Contacto: José Luís Guzmán (compras)</p> | <p>Todo en refacciones eléctricas para autos y camiones. Mayoreo y menudeo. 2 establecimientos en Nuevo León.</p> |

| REFACCIONARIA AVALOS | |
|---|--|
| <p>Av. Benito Juárez 201 Ote. Guadalupe, N.L. (81)8367-1545, 46 y 47 fax: (81)8367-1264 ravaloss@prodigy.net.mx Contacto: Juan Muñiz (compras)</p> | <p>Comercializan autopartes en general nacionales e importados. Mayoreo y menudeo.</p> |

| JOMAR | |
|---|--|
|  <p>20 de noviembre 2380 Col. Moderna Monterrey, N.L. (81)8126-8000 Fax: (81)8355-2299 www.refaccionariasjomar.com.mx jomarmty@prodigy.net.mx Contacto: Alberto Muñoz (compras)</p> | <p>Comercializan autopartes en general. Actualmente tienen 10 Sucursales en el Noreste del país y la casa matriz está ubicada en Monterrey, N.L.</p> |

| IMPORTADORA GARZA Z | |
|---|--|
| <p>Av. Colón 2805 Ote. Monterrey, N.L. (81)8354-3286, 3701 y 8355-0341 garzaz@prodigy.net.mx Contacto: Luis Moreno (Gerente)</p> | <p>Importación de autopartes en general.</p> |

| EX MAR | |
|--|---|
| <p>Magallanes 674 Ote. Col. Treviño CP: 64510, Monterrey, N. L. (81)8374-5843 Fax: (81)8676-2050 Contacto: Ing. Rodolfo Torres (compras)</p> | <p>Fabricantes y distribuidores de autopartes eléctricas.</p> |

| EVER | |
|--|--|
| <p>Av. Colón 2817 Ote. Monterrey, N.L. (81)8354-1570, 3811 y 8355-8950 Fax. (81)83558951 ever@avantel.net Contacto: Everardo Garza (compras)</p> | <p>Autopartes en general. Especialistas en juntas homocinéticas.</p> |

| AUTOELÉCTRICA TAMPICO | |
|---|---|
| <p>Treviño 111 Pte. Monterrey, N.L. (81)8374-0614 Contacto: Lic. Sergio Rodríguez</p> | <p>Partes eléctricas en general. 4 sucursales en Nuevo León</p> |

| REGSA | |
|--|--|
| <p>América 922 Nte. Monterrey, N.L. (81)8374-2010 Contacto: Alejandro Gamboa (compras)</p> | <p>Autopartes en general, nacionales e importadas.</p> |

| INTERAMERICANA MOTRIZ S.A. DE C.V. | |
|--|--|
| Carretera Miguel Alemán 512 Bodega B-2 CP. 66600, Apodaca, N.L. (81)8131-4400 Fax: (81)8321-4001 Contacto: Isaac Cavazos (compras). | Mayoreo en llantas de auto y camionetas, además rines y filtros. |


| NEUMÁTICOS MUEVETIERRA | |
|---|--|
| Pto. Mazatlán 240- C Col. La fé, CP. 66477, san Nicolás de los Garza, N.L. (81)8140-0701 Fax (81)8030-8659 www.neumaticos-muevetierra.com mtty@neumaticos-muevetierra.com Contacto: Pedro López (Distrito Federal) 5341-5888, fax: 5341-5455 | Neumáticos en general. Mayoreo y menudeo. Cuentan con sucursales en Monterrey, Querétaro, Chiapas y Tabasco. |

| LLANTAX | |
|---|--|
| Av. Juárez 555 Nte. Monterrey, N.L. (81)8125-9333 llantax@prodigy.net.mx Contacto: Juan Aguilar (compras) | Neumáticos en general. Con 20 sucursales en Nuevo León |


| VILLANTAS | |
|--|---|
| (81)8387-0167 Fax. (81)8335-7840 www.villantas.com villantas@enlace.net Contacto: Adolfo Villareal (compras) Carlos Villareal (ventas) | Neumáticos en general. Con 10 sucursales en Nuevo León. |

4.2.3. PRINCIPALES DISTRIBUIDORES / IMPORTADORES EN GUADALAJARA

| MADUSA S.A. DE C.V. | |
|--|---|
| <p>Cauda 734, Guadalajara, Jalisco 44520 Teléfono 3682-1316 3120-4019 3682-0109 Fax: 3121-8651 Contacto: Ingeniero Félix Díaz (Compras)</p> | <p>Compran partes eléctricas (alternadores y marchas) usadas en Estados Unidos, las refaccionan y las vuelven a vender, en parte a Estados Unidos otra vez y también en México. En el país le venden a distribuidores y mayoristas. Para refaccionarlas compran (e importan partes nuevas).</p> |

| TECNOPAR S.A. DE C.V. | |
|--|---|
| <p>Lauro Badillo No. 513, Col. Las Juntas Tlaquepaque, Jalisco 45590 Tel: (52+33) 36.70.04.70 Fax: (52+33) 36.70.83.99 mail:direccion@tecnopar.com www.tecnopar.com Director: Ing. José Miguel Martínez Rodríguez Contacto: Jorge Martínez Rosado (Gerente de Tráfico) Asistente: Marisela Núñez.</p>  | <p>Importan y exportan partes automotrices, principalmente bujías y filtros. También cuentan con una fábrica de carburadores y partes (Carbuparts). Tienen fuerza de venta propia. La mayor parte de sus ventas son de exportación.</p> |

| REFACCIONES Y ACOPLAMIENTOS S.A. DE C.V. | |
|--|---|
| <p>Calz. 5 de febrero 1078, Guadalajara 44300 Teléfono 3619-6189 / 4919 / 4545 Fax: 3619-6136 Mail: rasa1078@prodigy.net.mx Contacto : Carlos González Ojeda (Director) Silvia Guevara (Asistente)</p> | <p>Comercializan cajas de velocidad, sistemas de dirección y suspensión, diferenciales, rines de hierro para camiones. Importan de Estados Unidos, Italia y España. Cuentan con vendedores propios. Comercializan el 80 % de sus productos en Guadalajara y el resto en ventas nacionales. También venden al público.</p> |


| REACO S.A. DE C.V. | |
|---|--|
| <p>Calzada del Águila 150, Guadalajara 3619-0114 / 2275 / 2505 / 2703 / 5621 Teléfono en México: 5763-0284 / 4253 5701-4210 www.reaco.com.mx Mail: logistica@reaco.com.mx Contacto: Jacobo Consuelos (Compras de importación).</p>  | <p>Tienen 26 años en el mercado. La casa matriz y el centro de distribución principal se encuentran en Guadalajara y tienen dos centros de distribución en México y Monterrey. Son importadores y tienen una red de distribución que alcanza todo el país. Distribuyen rines importados y otros accesorios de lujo para automóvil y camionetas. También fabrican accesorios metálicos para camionetas, como defensas deportivas para camionetas 4 x 4.</p> |


| 4WHEELPARTS | |
|--|---|
| <p>Lázaro Cárdenas 3097, Col. Jardines de los Arcos, Guadalajara Tel: 3647-9242 / 9709 www.4wheelparts.com.mx Contacto: Bernardo García (Compras)</p>  | <p>Son una filial mexicana de la empresa estadounidense del mismo nombre. Venden al mayoreo a todo el país. Comercializan rines, llantas deportivas y accesorios para autos y camionetas 4 x 4 en general. Casi todos sus productos son de origen estadounidense.</p> |

| MAZZIMO MODA AUTOMOTRIZ | |
|--|--|
| <p>Av. Niño obrero 634, Guadalajara. Teléfono 3647-4082 01800-284-9453 Contacto: Carlos González (Director General)</p> | <p>Importan, distribuyen al mayoreo y menudeo rines y llantas. También accesorios como alarmas y equipos de sonidos. Sistemas eléctricos originales. Garantizan todos sus productos.</p> |

| VIVA BAJA 4 X 4 S.A. DE C.V. | |
|--|--|
| <p>Av. Vallarta 5277, Guadalajara Tel: 3629-6829 3563-7500 Tel y fax: 3563-7600 Mail: vivabaja@hotmail.com Contacto: Sergio García</p> | <p>Distribuidor especialista en sistemas de suspensión y amortiguación de la marca Rancho. También como complemento, distribuyen llantas y rines. Venden al mayoreo y menudeo.</p> |

| FILTRO PEC S.A. DE C.V. | |
|--|--|
| <p>Zarzamora 960, Col. Del fresno, Guadalajara Teléfono 3812-1539 / 1553 y 3811-4846 Fax: 3810-1275 Contacto: Laura Cornejo</p> | <p>Importadores y distribuidores especializados en filtros. Distribuidor autorizado de Luber-finer y Fram, entre otros. Filtros para aceite, agua y combustible, para servicio pesado, automóviles, maquinaria agrícola, industrial y marítima. También distribuyen aceites y lubricantes.</p> |

| GRUPO APYMSA S.A. DE C.V. | |
|---|--|
| <p>Industria maderera 226, Fracc. Zapopan Norte, Zapopan, Jalisco 3636-0581 3636-0709 Fax: 3656-8979 www.apyma.com</p>  <p>Contacto: Selene García (Compras)</p> | <p>Empresa de 24 años de antigüedad. Tiene 6 sucursales en Guadalajara y 3 más en otros estados del país. Cuenta con dos bodegas de más de 5000 m2. Emplea 320 personas y cuenta con 39 vendedores con cobertura en todo el país. Tiene 7000 referencias de autopartes eléctricas.</p> |

| ORMA AUTOPARTES (MAYOREO AUTOMOTRIZ Y AGRÍCOLA S.A. DE C.V.) | |
|---|--|
| Av. Dr. R. Michel 2504 Col. Mirador Alamo Guadalajara, Jal. Tels. (33) 3837-5610 Fax: (33) 3837-5613 Contacto: hermanos Orendain (dueños). | Más de 45 años de antigüedad. Tienen 7 sucursales en Guadalajara y 1 en Michoacán, pero cubren casi todo el país. Comercialización al mayoreo de partes de repuestos automotrices y servicio pesado, tanto nacionales como importadas. Suspensión, transmisión, diferencial, frenos, dirección, etc. |
|  | |

4.3. INSTITUCIONES ESPECIALIZADAS, CÁMARAS EMPRESARIALES Y ASOCIACIONES INDUSTRIALES VINCULADAS AL SECTOR.

INA - INDUSTRIA NACIONAL DE AUTOPARTES

Presidente: Sr. Miguel Palacios Schweitzer
Avenida Colonia del Valle No. 607 Col. del Valle Delegación Benito Juárez C.P. 03100 México, D.F., Derechos reservados.
Teléfono: 5682-5862 FAX: 5669-3842.
Correo: ina@ina.com.mx
www.ina.com.mx

ARIDRA – Asociación Nacional de Representantes, Importadores y Distribuidores de Refacciones y Accesorios para Automóviles.

Presidente: Salvador Elías García
Morelia No. 38, Despacho 305, Col. Roma,
México, D.F., 06700
Teléfono (52) 5525 - 2820
Fax (52) 5207 - 6476
e-mail: aridra@hotmail.com.mx

AMIA - Asociación Mexicana de la Industria Automotriz

Presidente Ejecutivo: César Flores Esquivel
General Director: Fausto Cuevas Mesa
Ensenada No. 90, Col. Condesa,

México, D.F., 06100
TELÉFONO (52) 5272 - 1144 Fax (52) 5272 - 7139
e-mail: amia@amia.com.mx
www.amia.com.mx

ANDELLAC - Asociación Nacional de Distribuidores de Llantas y Plantas Renovadoras

Presidente: Jesús Gerardo Durán Reza
Director General: Rubén López Albarrán
Cuauhtémoc No. 206, Col. San Pedro Iztacalco,
México, D.F., 08220
TELÉFONO (52) 5696 - 7464, 5696 - 5654
Fax (52) 5579 - 1124
e-mail: andellac@compaq.net.mx
www.andellac.com

RUJAC – Refaccionarias Unidas de Jalisco

Presidente: Mario García Hernández
General Coronado No. 132, Sector Hidalgo,
Col. Americana, Guadalajara, Jal., 44600
Teléfono (523) 825 - 4202, 827 - 2480, 824 - 2481
Fax (523) 826 - 2044, 826 - 8808
Email: gerencia@rujac.com.mx

CÁMARA REGIONAL DE LA INDUSTRIA DEL HULE Y LÁTEX

Presidente: Lic. Ramón Mendoza Flores
Miguel Blanco 1381, Zona Centro
Teléfono (0133) 3343-9745 y 3826-1928
Fax: 3343-9746
Guadalajara, Jalisco. 44100
e-mail: cihul2002@terra.com.mx

AMDA – Asociación Mexicana de Distribuidores de Vehículos

Presidente: Jesús Romo De Alba
Director General: Rodolfo De Lima
Mercaderes No. 134, Col. San José Insurgentes,
México, D.F., 03900
TELÉFONO (52) 5593 - 2644, 5651 - 2213
Fax (52) 5651 - 4599

e-mail: amdasdg@casnet.com.mx
www.amda.org.mx

ANPACT - Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones

Director General: René Espinosa y Torres Estrada
Nicolás San Juan No. 313, Col. Narvarte,
México, D.F., 03020
Teléfono (52) 5639 - 6745, 5639 - 7334
Fax (52) 5639 - 0478
e-mail: anpact@compuserve.com
www.anpact.com.mx

ARRA - Asociación de Rectificadores y Reconstructores Automotrices

Presidente: Antonio García Miranda
J. Hernández y Dávalos No. 7, Col. Algarín,
México, D.F., 06880
Teléfono (52) 5519 - 4892
Fax (52) 5519 - 6448
e-mail: arradf@prodigy.net.mx
www.geocities.com/arradf

ADARAC –

Presidente: Ricardo Moreno Cárdenas
Calle 2 de abril No. 318, Col. Santa Ana Tlalpaltitlán, Toluca, Estado de México, 50160
Teléfono (5272) 11 - 88 - 58, 11 - 88 65
Fax (5272) 11 - 88 - 63
e-mail: daitol@toluca.podernet.com.mx

ATA - Association of Automotive Service Stations

Presidente: Alejandro Díaz Arzate
Calle Silicio Manzana 3, Lote 3, Col. El Manto Iztapalapa, México, D.F., 09830
Teléfono (52) 5612 - 5369
Fax (52) 5614 - 7310
e-mail: smanasa@tutopia.com

FENATA - National Federation of Associated Automotive Service Stations

Presidente: Francisco Javier Rodríguez Medellín
Fernando Rosas No. 745, Barrio San Miguelito,
San Luis Potosí, S.L.P., 78339
Teléfono (5248) 12 - 57 - 06
Fax (5248) 12 - 47 - 66
e-mail: fenataac@avanTeléfononet

SAE – Sociedad de Ingenieros Automotrices

Presidente: Luis Alvarez González
Río Guadalquivir No. 38, Despacho 802,
Col. Cuauhtémoc, México, D.F., 06500
Teléfono (52) 5514 - 9402
Fax (52) 5208 - 7441
e-mail: maribelcampos@saemex.com / tonyvelez@saemex.com
www.saemex.com

U.S PANAMERICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

Titular: Sergio Nogueira
Av. Magno Centro No. 6, 2do piso
Col. Centro Urbano, Huixquilucan, Edo. De México 52760
Teléfono 5290-2558

ANTP –ASOCIACIÓN NACIONAL DE TRANSPORTE PRIVADO

Titular: Francisco Javier Altamirano Aguilera
José Ma. Rico No. 230
Col. Del Valle.
México, D.F. 03100
Teléfono 5534-3598

ANCA

Titular: Carlos Gómez Martínez
Nueva Lloré No. 13
Col. Nápoles
México, D.F. 03810
Teléfono 01-800-260-1622

CANACAR – Cámara Nacional del Auto Transporte de Carga

Titular: Manuel Gómez García
Pachuca 158-bis
Col. Condesa
México, D.F. 06140
Teléfono 5212-1775
www.canacar.com.mx

Instituto Mexicano del Transporte

Patriotismo No. 683
Col. Mixcoac
México, D.F. 03730
Teléfono 5615-3575 5598-5212 Fax 5598-7973
www.sct.gob.mx

Unión de Camioneros de México

Sur 81 No. 425
Col. Lorenzo Buturini
México, D.F. 15820
Teléfono 5552-0663
Fax: 5552-4789

CONATRAM - Confederación Nacional De Transportistas Mexicanos

Titular: Elías Dip Rame
6ta. Oriente Norte No. 1145
Tuxtla Gutiérrez
Teléfono 618-2945

CANAPAT – Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo

Titular: Roberto Alcántara Rojas
Versalles No. 16, 5to.
Col. Juárez
México, D.F. 01800
Teléfono 5522-2262

Dirección General de Autotransporte Federal

Calzada de las Bombas No. 411, piso 7
 Col. San Bartolo Coapa
 México, D.F. 04920
 Teléfono 5684-1252 5677-3561
 Fax: 5684-1252
 www.sct.gob.mx

SIS@M - Sistema de Información del Sector Automotor Mexicano

Director General: Lic. Félix Rojas Cruz
 Teléfono 2614-1088/1089
 Mail: sisamdirgral@yahoo.com.mx

4.4. FERIAS RELACIONADAS CON EL SECTOR

| FECHA | NOMBRE | CIUDAD | COMENTARIO |
|------------------|---------------------------------|-----------------------|--|
| 13-15 mayo 2004 | EXPO MECÁNICO CHAVITAR 2004 | CHIHUAHUA | Exposición regional del norte del país. |
| 26-28 mayo 2004 | EXPO PROVEEDORES DEL TRANSPORTE | MONTERREY, NUEVO LEON | Compra-venta de refacciones y accesorios para el auto transporte (flotilleros, transportistas, mecánicos, refaccionarios, etc.) |
| 3-4 julio 2004 | EXPO MECÁNICO DEL NORTE | MONTERREY, NUEVO LEON | Exposición regional dirigida principalmente a los mecánicos. Además de productos hay talleres y demostraciones prácticas. |
| 14-16 julio 2004 | PAACE AUTOMECHANIKA MÉXICO | DISTRITO FEDERAL | Cuenta con el patrocinio de asociaciones internacionales como: APRA – Automotive Parts Rebuilders Association (USA). MEMA – Motor and Equipment Manufacturer Association (USA). SEMA – Speciality Equipment Market Association (USA). INA – Industria Nacional de Autopartes (México) Messe Frankfurt, Inc. La edición 2003 contó con 11.600 visitantes y 441 expositores de 20 países. Se exhibe equipo original y para refacciones, suministros para mantenimiento de vehículos, accesorios, equipos para talleres, etc. |

| | | | |
|--|---|-------------------------|---|
| 1-3 septiembre 2004 | XX MUESTRA INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA DE AUTOPARTES PARA REPUESTO, EQUIPO ORIGINAL Y SERVICIO PESADO (RUJAC) | GUADALAJARA, JALISCO | La feria de autopartes más tradicional del país y la más importante en cuanto a número de visitantes. La última edición contó con 17.000 visitantes y 310 expositores nacionales e internacionales. |
| 6-8 octubre 2004 | EXPO AUTOPARTES | HERMOSILLO, SONORA | Feria regional de autopartes. |
| 7-9 octubre 2004 | XXXI EXPOCONGRESO ANDELLAC | ACAPULCO, GUERRERO | Feria y congreso dedicados principalmente a la industria hulera y de llantas. Es la edición número 31 y cuenta con 121 stands. |
| Octubre 2004 (fecha a confirmar) | EXPO MECÁNICA AUTOMOTRIZ EL PERICO 2004 | TORREÓN, COAHUILA | Exposición regional. |

La mayoría de los distribuidores entrevistados participa, o ha participado, de alguna feria. Todos coinciden en que la más importante es la de Guadalajara (organizada por RUJAC). Sin embargo, la participación en esta feria se realiza más por hacer efectiva la presencia de marca, pues varios de ellos afirmaron que la feria de autopartes en la cual se realizan los negocios más importantes (en cuanto a la adquisición de nuevos productos y el conocimiento de nuevas tendencias, etc.) es SEMA SHOW, en Las Vegas, Estados Unidos.

4.5. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

En la cadena de ventas de estos productos, la pieza clave para el exportador colombiano lo constituyen los importadores / distribuidores, dado que cuentan con fuerza de venta distribuida a lo largo del país y casi siempre con transporte propio. Sus vendedores establecen relaciones directas y frecuentes con sus clientes y dada la competencia, se preocupan por cumplir con los pedidos en forma rápida y eficiente. En general prefieren relacionarse directamente con los fabricantes.

5 ACCESO AL MERCADO

Las relaciones comerciales entre México y Colombia, para el sector de autopartes, no han sido tradicionalmente importantes en cuanto a volúmenes de intercambio comercial. Con la firma del Tratado de Libre Comercio G-3 (México, Colombia y Venezuela), que entró en vigor a

partir del primero de enero de 1995, se esperaba que el intercambio entre los tres países fuera mucho mayor, debido a las preferencias arancelarias que dicho tratado aportaba.

La mayoría de mercancías bajo el rubro de posiciones arancelarias objeto de este estudio, dentro del Tratado de Libre Comercio G-3, tienen un proceso de desgravación que para este año, a partir del 1 de julio, en muchos casos llega a ser exento, es decir el pago de un arancel es de 0%.

En general, con los muchos tratados comerciales que en este momento ha firmado México, el sector industrial nacional de autopartes no ha sido protegido por el gobierno. En la mayoría de tratados estas posiciones arancelarias se encuentran exentas del pago de impuestos de entrada al país. Estados Unidos de América es el principal país de origen de estos productos de importación, con una participación muy importante en cada rubro, lejos del segundo o tercer país proveedor y el arancel de entrada para todos los productos de autopartes estudiados es 0%, resultado del Tratado de Libre Comercio.

En este capítulo, se presenta una descripción de los requisitos generales para la importación, y normatividad que debe ser cumplida por el importador, las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias aplicadas a estos productos importados desde Colombia.

Como complemento se hace una presentación de los trámites y todo el proceso logístico que conlleva la nacionalización, comparación de los lineamientos de acceso al mercado dentro de los países que compiten por penetrar el mercado mexicano con este producto, costos y gastos generados en el proceso.

5.1. PROCESO DE IMPORTACIÓN

Para realizar una importación es necesario llevar a cabo los siguientes pasos:

1. Tener una empresa legalmente constituida bajo las leyes mexicanas, estar inscrita en el Padrón de Importadores general y en el Padrón de Importadores Sector Específico, si la posición arancelaria lo requiere, y acreditar antes las autoridades aduaneras que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes.
2. Escoger un agente aduanal, que es la persona física autorizada ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, encargada del despacho

de las mercancías de los importadores en México. Este agente aduanal iniciará los trámites de importación y para eso, debe contar con una carta de encomienda firmada por el importador, documento con el que comprueba el encargo que le ha solicitado la persona que contrata sus servicios para realizar el proceso de importación de las mercancías.

3. Enviar al agente aduanal muestras físicas o catálogos con el fin de identificar la posición arancelaria a la que corresponde el producto conforme a la Tarifa de Impuestos General de Importación y Exportación (TIGIE) mexicana. Es importante realizar este paso, ya que la clasificación arancelaria entre Colombia y México puede variar y generalmente la aduana mexicana es bastante estricta en aceptar una clasificación para los productos diferente de la que se tiene definida en la reglamentación mexicana. Se recomienda que el agente aduanal entregue por escrito la aprobación de la posición arancelaria del producto.
4. Si el agente aduanal mexicano no aprueba la posición arancelaria por la clasificación de la aduana de México, el exportador colombiano debe enviar una carta del organismo competente en Colombia, justificando la clasificación realizada bajo la posición arancelaria propuesta para su aprobación. La aduana mexicana es bastante estricta para otorgar cambio de posiciones arancelarias.
5. Una vez aprobada la posición arancelaria por parte del agente aduanal, se procede a solicitar al exportador colombiano una copia de los documentos de exportación (factura y certificado de origen), vía fax o correo electrónico y pasarla al agente aduanal para realizar una revisión previa de los documentos y asegurarse de que se encuentren en orden y cumplan con los requisitos mexicanos y evitar contratiempos una vez se hayan enviado los documentos originales desde Colombia.
6. Con base en estos documentos, el agente aduanal realiza una proforma del Pedimento de Importación y un presupuesto de gastos de comisión del agente aduanal, gastos de impuestos, almacenaje, y demás generados para cubrir los gastos de puerto, para solicitar la aprobación del importador.

7. Se procede a enviar la mercancía de puerto de salida aéreo o marítimo en Colombia y una vez notificada la llegada del producto a destino mexicano, se realiza el trámite de pago de fletes a la naviera o a la compañía de carga, para proceder a liberar la guía aérea o marítima.
8. El agente aduanal debe realizar una inspección previa de la mercancía, revisando el cumplimiento de las normas de origen y detectando errores sobre posiciones arancelarias, certificados de origen y documentos anexos en el caso que se requiera.
9. El agente aduanal debe presentar los siguientes documentos a la aduana mexicana:
 - Copia de la factura comercial.
 - Lista de empaque.
 - Conocimiento de embarque o guía aérea, revalidados.
 - Documentos que comprueben el cumplimiento de las obligaciones en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias.
 - Certificado de origen.
 - Copia del documento presentado por el agente aduanal a la Administración General de Aduanas, que comprueba el encargo que se le hubiere conferido para realizar el despacho aduanero de las mercancías.
 - Pedimento de importación en formato oficial.
10. Al presentar los documentos y ser aprobados por la aduana mexicana, el importador debe proceder al pago del Impuesto General de Importación o arancel, (dependiendo de la posición arancelaria), pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA), Derecho de Trámite Aduanero (DTA), pago de Derecho de Almacenaje.
11. Una vez que el agente aduanal tenga en su poder los documentos anteriores ya aprobados, solicita al transportista la presentación de la mercancía ante el semáforo fiscal.
12. El paso por el semáforo fiscal es un mecanismo de selección automatizado, donde se determina si debe practicarse o no el reconocimiento aduanero. Si sale semáforo verde, la mercancía sale sin revisión alguna de la aduana. Si el semáforo sale rojo, tiene que esperar el turno de revisión donde un funcionario de la aduana mexicana revisa que el producto de importación cumpla con la

veracidad de lo declarado en los documentos, respecto a unidades de medida, número de piezas, volumen, descripción, naturaleza, estado, origen y demás datos y características de la mercancía que permitan su identificación.

13. Si se detecta alguna inconsistencia en este paso, la mercancía se devuelve a las bodegas de la aduana, donde podrá solucionarse el problema o seguir un proceso legal según sea el caso.

5.2. REQUISITOS DE ENTRADA PARA AUTOPARTES

PADRÓN DE IMPORTADORES: estar inscrito ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

PADRON DE IMPORTADORES SECTOR ESPECÍFICO: se debe dar de alta solamente para las siguientes posiciones arancelarias. Neumáticos bajo la posición arancelarias: 40111001 (40111002 actualmente), 40112001. El resto de posiciones arancelarias de este estudio, no requieren estar inscritas dentro del padrón sectorial.¹³

CUMPLIR CON LAS NORMAS ESTABLECIDAS

La Normalización es el proceso mediante el cual se regulan las actividades desempeñadas por los sectores tanto privado como público, en materia de salud, medio ambiente en general, comercial, industrial y laboral, estableciendo reglas, directrices, especificaciones, atributos, características, o prescripciones aplicables a un producto, proceso o servicio.

Esta actividad se realiza a través de la expedición de las normas que pueden ser de tres tipos principalmente: las Normas Oficiales Mexicanas (NOM'S), las Normas Mexicanas (NMX'S) y las Normas de Referencia, que son las que elaboran las entidades de la administración pública para aplicarlas a los bienes o servicios que adquieren, arriendan o contratan cuando las normas mexicanas o internacionales no cubren los requerimientos de las mismas, o sus especificaciones resulten obsoletas o inaplicables.

¹³ SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO ANEXOS 10, de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2003, publicadas el 17 de abril de 2003.

Las **NORMAS OFICIALES MEXICANAS (NOM'S)**¹⁴ son las regulaciones técnicas de observancia **obligatoria** expedidas por las dependencias competentes, conforme a las finalidades establecidas en el artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y que están encaminadas a regular los productos, procesos o servicios, cuando éstos puedan constituir un riesgo latente para la seguridad o la salud de las personas, animales y vegetales así como el medio ambiente en general.

Las NOM'S tienen como finalidad establecer la terminología, clasificación, características, cualidades, medidas, y especificaciones técnicas que deben traer los productos.

Para el cumplimiento de la NOM, se deberá contar con una autorización o certificado de la dependencia competente mexicana que regula el producto, o de organismos reguladores extranjeros que hayan sido reconocidos o aprobados por las dependencias competentes en México Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda o Crédito Público, por intermedio de las autoridades aduaneras, de salud, Secretaría del Medio ambiente, entre otras.

¹⁴ Banco de Normas, UNAM (Universidad Autónoma de México)

5.2.1. NOM'S QUE SE APLICAN A AUTOPARTES

Tabla 19: Normas obligatorias para autopartes

| DESCRIPCIÓN | POSICIÓN ARANCELARIA | NORMAS (NOMX) |
|--|-------------------------|---------------------|
| 1 (NEUMÁTICOS) DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOMÓVILES DE TURISMO (INCLUIDOS LOS DEL TIPO FAMILIAR ("BREAK" O "STATION WAGON") Y LOS DE CARRERAS. | 40111001 | NOM-086/1-SCFI-2001 |
| 2 DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOBUSES O CAMIONES,. | 40112001 | NOM-086/1-SCFI-2001 |
| 3 ARNESES RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA USO AUTOMOTRIZ | 85443002 | NINGUNA |
| 4. GUARNICIONES PARA FRENOS MONTADAS | 84859003 | NOM-050-SCFI-1994 |
| 5. AMORTIGUADORES DE SUSPENSIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05 | 87088002 | NINGUNA |
| 6. (EMBRAGUES Y SUS PARTES) LOS DEMÁS. | 87089399 | NINGUNA |
| 7. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. GUARNICIONES PARA FRENOS. LAS DEMÁS. | 68131099 | NINGUNA |
| 8. EJES CON DIFERENCIAL, INCLUSO PROVISTOS CON OTROS ÓRGANOS DE TRANSMISIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05. | 87085002 | NINGUNA |
| 9. PARA FILTRAR LUBRICANTES O CARBURANTES EN LOS MOTORES DE ENCENDIDO POR CHISPA O POR COMPRESIÓN. | 84212301 | NOM-050-SCFI-1994 |

| | | |
|---|----------|--|
| 10. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. LAS DEMÁS. | 68139099 | NINGUNA |
| 11. RUEDAS Y SUS PARTES Y ACCESORIOS. LOS DEMÁS | 87087099 | NOM-050-SCFI-1994 NOM-086/1-SCFI-2001 |

NOM-050-SCFI-1994

Esta norma no es específica del sector, es de carácter general, trata sobre información comercial y disposiciones generales que debe cumplir los productos marcados con esta norma.

| Datos de Identificación | |
|---|---|
| Clave de la Norma: | NOM-050-SCFI-1994. |
| Título de la Norma: | Información comercial Disposiciones generales para productos. |
| Fecha de Publicación: | 24/01/1996 |
| Fecha de Entrada en Vigor: | 01/11/1996 |
| Nombre del Archivo: | <u>050-scfi.doc - 27,341 B</u> |
| Manifestación de Impacto Regulatorio (MIR): | No disponible |
| Tipo de Norma: | Definitiva |
| Norma Internacional: | ISO GUIA 14. |
| Producto: | Información comercial |
| Dependencia: | SECRETARÍA DE ECONOMÍA |
| Comité Consultivo: | <u>CCNN DE SEG. AL USUARIO, INF. COMERCIAL Y PRACTICAS DE COMERCIO (SCFI)</u> |

Descripción de la norma:

Información comercial

Los productos sujetos a la aplicación de esta Norma deben contener en sus etiquetas la siguiente información comercial obligatoria:

- Nombre o denominación genérica del producto, cuando no sea identificable a simple vista por el consumidor.
- Indicación de cantidad conforme a la NOM-030-SCFI.

- Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor o responsable de la fabricación para productos nacionales. En el caso de productos importados, esta información deberá ser proporcionada a la Secretaría por el importador a solicitud de ésta.
- Leyenda que identifique el país de origen del producto, por ejemplo " producto de...", "hecho en...", "manufacturado en..." u otros análogos, sujeto a lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales participe México.
- Las advertencias de riesgos por medio de leyendas, gráficas o símbolos precautorios en el caso de productos peligrosos.
- Cuando el uso, manejo o conservación del producto requiera de instrucciones, debe presentarse esa información o indicarse en un instructivo o manual de operación anexo, anotándose en la respectiva etiqueta "VÉASE INSTRUCTIVO ANEXO" o "MANUAL DE OPERACIÓN ANEXO". Si el producto requiere garantías, las instrucciones deben ser claras y precisas para el uso normal, manejo, conservación, ensamble y aprovechamiento de los productos, así como las advertencias para el manejo seguro y confiable de los mismos.
- Tratándose de productos importados debe figurar el nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del importador. Esta información puede incorporarse al producto en territorio nacional, después del despacho aduanero y antes de la comercialización del producto.
- Esta información debe presentarse en una etiqueta fijada de manera tal que permanezca disponible hasta el momento de su uso o consumo en condiciones normales, dicha etiqueta debe aplicarse en cada unidad o envase múltiple o colectivo.

NOM-086/1 -SCFI 2001

Trata sobre especificaciones generales y características técnicas que deben cumplir las llantas que ingresen al país. Se anexa cuadro de identificación de la NOM y se puede consultar en el link adjunto en la ficha.

| <i>Datos de Identificación</i> | |
|--------------------------------|---|
| Clave de la Norma: | NOM-086/1 -SCFI-2001 |
| Título de la Norma: | Industria hulera-Llantas para camión- Especificaciones de seguridad y métodos de prueba. |
| Fecha de Publicación: | 22/02/2002 |

| | |
|---|--|
| Fecha de Entrada en Vigor: | 22/05/2002 |
| Nombre del Archivo: | 086-1scfi.doc - 00 B |
| Manifestación de Impacto Regulatorio (MIR): | No disponible |
| Tipo de Norma: | Definitiva |
| Norma Internacional: | No tiene concordancia con la Norma internacional ISO-9948-1992 |
| Producto: | Llantas |
| Rama de Actividad Económica | Industria del plástico y del hule |
| Dependencia: | SECRETARÍA DE ECONOMÍA |

5.2.2. Normas Mexicanas que se aplican a autopartes

Las **NORMAS MEXICANAS (NMX'S)**, de aplicación **voluntaria** (con excepciones), son las elaboradas por un organismo nacional de normalización, o la Secretaría de Economía, en términos de lo dispuesto por el artículo 51-A de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y tienen como finalidad establecer los requisitos mínimos de calidad de los productos y servicios de que se trate, con el objeto de brindar protección y orientación a los consumidores.

Esta NOM no requiere certificación, es decir, es autoaplicativa y para tener seguridad sobre su correcto cumplimiento existen unidades de verificación de información comercial que emiten las constancias correspondientes sobre la legalidad de las etiquetas, envases, garantías, instructivos, etc., o bien dictámenes de cumplimiento cuando la verificación se hace a productos ingresados al país bajo esta opción y se encuentran en almacenes generales de depósito o bodegas particulares de importadores.

Su aplicación es voluntaria, con excepción de los siguientes casos:

Cuando los particulares manifiesten que sus productos, procesos o servicios son conformes con las mismas.

Cuando en una NOM se requiera la observancia de una NMX para fines determinados.

| | |
|---------------------------|---|
| Clave de la Norma: | NMX-D-053-CT-1988 |
| Título de la Norma: | AUTOTRANSPORTE- AUTOMÓVILES Y CAMIONES-BALATAS Y PASTAS DE FRICCIÓN-EXTRACCIÓN POR ACETONA DE RESINAS PLASTIFICANTES EN PRODUCTOS MOLDEADOS O LAMINADOS-MÉTODOS DE PRUEBA |
| Nombre del Archivo: 13886 | <u>nmx-d-53-ct-1988.zip - 00 B</u> |

| | |
|------------------------------|------------|
| Fecha de Publicación: | 29/09/1988 |
| Tipo de Norma: | Definitiva |
| Producto: | AUTOMÓVIL |
| Rama de Actividad Económica: | VEHÍCULOS |

| | |
|------------------------------|--|
| Clave de la Norma: | NMX-D-059-1995-SCFI |
| Título de la Normas: | AUTOMÓVILES Y CAMIONES-MATERIALES DE FRICCIÓN-COEFICIENTE DE FRICCIÓN-MÉTODO DE PRUEBA |
| Nombre del Archivo: 12565 | nmx-d-059-1995.zip - 851,407 B |
| Fecha de Publicación: | 12/04/1996 |
| Tipo de Norma: | Definitiva |
| Producto: | MÉTODO DE PRUEBA |
| Rama de Actividad Económica: | VEHÍCULOS |

| | |
|------------------------------|--|
| Clave de la Norma: | NMX-D-136-CT-1988 |
| Título de la Normas: | AUTOTRANSPORTE-RINES PARA LLANTAS DE AUTOMÓVILES Y CAMIONES LIGEROS-ESPECIFICACIONES Y MÉTODOS DE PRUEBA |
| Nombre del Archivo: 12497 | nmx-d-136-ct-1988.zip - 289,054 B |
| Fecha de Publicación: | 11/07/1988 |
| Tipo de Norma: | Definitiva |
| Producto: | RINES |
| Rama de Actividad Económica: | VEHÍCULOS |

| | |
|------------------------------|--|
| Clave de la Norma: | NMX-D-140-CT-1988 |
| Título de la Normas: | AUTOTRANSPORTE-AUTOMÓVILES Y CAMIONES-BALATAS PARA FRENOS-DETERMINACIÓN DE LA DUREZA GOGAN-MÉTODOS DE PRUEBA |
| Nombre del Archivo: 12498 | nmx-d-140-ct-1988.zip - 198,583 B |
| Fecha de Publicación: | 06/12/1988 |
| Tipo de Norma: | Definitiva |
| Producto: | BALATA |
| Rama de Actividad Económica: | VEHÍCULOS |

| | |
|------------|--|
| Económica: | |
|------------|--|

5.3. REGULACIÓN ARANCELARIA Y NO ARANCELARIA

5.3.1. ARANCELES E IMPUESTOS

Tabla 20: Aranceles vigentes en el año 2004

| DESCRIPCIÓN | POSICIÓN ARANCELARIA | ARANCEL |
|--|----------------------|-------------|
| 1 (NEUMÁTICOS) DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOMÓVILES DE TURISMO (INCLUIDOS LOS DEL TIPO FAMILIAR ("BREAK" O "STATION WAGON") Y LOS DE CARRERAS. | 40111001 | EXENTO |
| 2 DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOBUSES O CAMIONES,. | 40112001 | EXENTO |
| 3 ARNESES RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA USO AUTOMOTRIZ | 85443002 | EXENTO *AUT |
| 4. GUARNICIONES PARA FRENOS MONTADAS | 84859003 | EXENTO |
| 5. AMORTIGUADORES DE SUSPENSIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05 | 87088002 | EXENTO |
| 6. (EMBRAGUES Y SUS PARTES) LOS DEMÁS. | 87089399 | 10% |
| 7. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. GUARNICIONES PARA FRENOS. LAS DEMÁS. | 68131099 | EXENTO *AUT |
| 8. EJES CON DIFERENCIAL, INCLUSO PROVISTOS CON OTROS ÓRGANOS DE TRANSMISIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05. | 87085002 | EXENTO |
| 9. PARA FILTRAR LUBRICANTES O CARBURANTES EN LOS MOTORES DE ENCENDIDO POR CHISPA O POR COMPRESIÓN. | 84212301 | EXENTO |

| | | |
|---|----------|--------|
| 10. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. LAS DEMÁS. | 68139099 | EXENTO |
| 11. RUEDAS Y SUS PARTES Y ACCESORIOS. LOS DEMÁS | 87087099 | 15% |

Fuente: SIAVI

La nota **AUT** se refiere a “ la importación de mercancías provenientes de Colombia y Venezuela siempre que las mercancías sean originarias de conformidad con lo establecido en la Resolución 252 de la ALADI, comprendidas en las posiciones arancelarias que se señalan en este artículo, las cuales se identifican con código “AUT” bajo el rubro Nota en el apéndice o en los artículos 28 o 29 de este decreto, estará sujeta a la tasa que se señala, cuando se trate de mercancías para ser utilizadas exclusivamente para vehículos automóviles. Para efectos de este artículo, se entenderá por vehículos automotrices, aquellos comprendidos en la subpartida 8701.20 y en las partidas 87.02, 87.03, 87.04, 87.05, y 87.06 de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y exportación.

Posición arancelaria

| | |
|----------|------------------------|
| 85443002 | tasa 10.8 % ad-valorem |
| 68131099 | tasa 10.8 % ad-valorem |

Ad valorem: valor del arancel expresado en términos porcentuales.

5.3.2. CONTRIBUCIONES QUE PUEDEN CAUSARSE CON MOTIVO DE LA IMPORTACIÓN

| CONTRIBUCIONES | INFORMACIÓN |
|--|---|
| IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACIÓN (ARANCEL) AÑO 2004 | Explicado en el módulo anterior. Depende de la negociación realizada dentro del Tratado de Libre Comercio G3. |
| IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) | El IVA se causa con motivo de la importación y se determina aplicando una tasa del 15%. Tratándose de la importación de bienes tangibles, se considerará el valor que se utilice para los fines del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último gravamen y de los demás que se tengan que pagar con motivo de la importación. Cancún y Los Cabos: aplican una tasa del 10%. |
| DERECHO DE TRÁMITE ADUANERO (DTA) | Del 8 al millar, sobre el valor que tengan los bienes para los efectos del impuesto general de importación. |
| DERECHO DE ALMACENAJE (ver cifras en anexo de Distribución Física Internacional) | La Terminal Portuaria concede un plazo libre de 5 días naturales en los casos de importación, y posteriores al término de descarga del buque. |
| MANIOBRAS DE IMPORTACIÓN* | Revisión-previo. Entrega contenedor. Recepción equipo vacío. Lavado normal. Emisión E.I.R (Estudio de Impacto Regulatorio) Maniobras según tamaño del contenedor. |

*Maniobras Importación (Costos aproximados)

| | |
|---|--------------|
| THC (Cargo por manejo del contenedor en puerto) | US\$ 85 A 90 |
| Muellaje 40' | 8.00 |
| Muellaje 20' | 4.00 |
| Revisión-Previo | 110.00 |
| Entrega contenedor | 55.00 |
| Recepción equipo vacío | 55.00 |
| Lavado normal | 15.00 |
| Emisión E.I.R.(Estudio de Impacto Regulatorio) | 4.00 |

Esta tarifa no incluye I.V A DEL 15%.

Almacenajes.- Corresponde al cargo que se cubre en la Terminal Portuaria, por utilizar sus patios al término del plazo libre de almacenajes. La Terminal Portuaria concede un plazo libre de 5 días naturales en los casos de importación y 15 días naturales para exportación; posteriores al término de descarga del buque.

En caso de incurrir en el cargo de almacenajes se aplica la siguiente Tarifa:

Contenedores llenos, por día o fracción posteriores al tiempo libre acordado

| | |
|-----------------------|---------------|
| Contenedor 20 pies | US\$ 50.00 \$ |
| Contenedor 40 pies | 75.00 \$ |
| Contenedor especiales | 115.00\$ |

Demoras de Contenedor.- La línea naviera ofrece 07 días libres de este cargo, posteriores a la fecha de término de descarga del buque, para los siguientes días aplica la siguiente tarifa, la cual es expresada en Dólares.

En contenedores de 20´

Los primeros 3 días 25 dólares diarios por contendor

Los siguientes días 30 dólares diarios por contendor

En contenedores de 40´

Los primeros 3 días 35 dólares diarios por contendor

Los siguientes días 40 dólares diarios por contenedor

5.4. CÁLCULO DE LA CARGA TRIBUTARIA

5.4.1. BASE GRAVABLE DEL IMPUESTO DE IMPORTACIÓN

El valor en aduana de las mercancías, es la base gravable del impuesto general de importación.

En el caso de bienes originados desde Colombia, el valor en aduana de las mercancías importadas incluye los gastos de:

- Flete
- Seguros
- Gastos complementarios tales como: carga, descarga y manipulación en que se incurra.

Para calcular la carga tributaria, solamente se debe tener en cuenta los siguientes datos:

Valor CIF por el tipo de cambio vigente (se calcula a la fecha un promedio de \$11.50) más el pago del arancel de importación.¹⁵

| DESCRIPCIÓN | POSICIÓN ARANCELARIA | CÁLCULO CARGA TRIBUTARIA |
|--|----------------------|----------------------------|
| 1 (NEUMÁTICOS) DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOMÓVILES DE TURISMO (INCLUIDOS LOS DEL TIPO FAMILIAR ("BREAK" O "STATION WAGON") Y LOS DE CARRERAS. | 40111001 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 2 DE LOS TIPOS UTILIZADOS EN AUTOBUSES O CAMIONES,. | 40112001 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 3 ARNESES RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA USO AUTOMOTRIZ | 85443002 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 4. GUARNICIONES PARA FRENOS MONTADAS | 84859003 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 5. AMORTIGUADORES DE SUSPENSIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05 | 87088002 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 6. (EMBRAGUES Y SUS PARTES) LOS DEMÁS. | 87089399 | [VALOR CIF * 11.50) + 10%] |
| 7. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. GUARNICIONES PARA FRENOS. LAS DEMÁS. | 68131099 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |

¹⁵ SE DEBE TOMAR EN CUENTA EL TIPO DE CAMBIO VIGENTE A LA FECHA DE LA NACIONALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

| | | |
|---|----------|----------------------------|
| 8. EJES CON DIFERENCIAL, INCLUSO PROVISTOS CON OTROS ÓRGANOS DE TRANSMISIÓN. RECONOCIBLES COMO CONCEBIDOS EXCLUSIVAMENTE PARA LO COMPRENDIDO EN LAS POSICIONES 8701.90.01 y 8701.90.05. | 87085002 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 9. PARA FILTRAR LUBRICANTES O CARBURANTES EN LOS MOTORES DE ENCENDIDO POR CHISPA O POR COMPRESIÓN. | 84212301 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 10. GUARNICIONES DE FRICCIÓN (POR EJEMPLO: HOJAS, ROLLOS, TIRAS, SEGMENTOS, DISCOS, ARANDELAS, PLAQUITAS) SIN MONTAR, PARA FRENOS, EMBRAGUES O CUALQUIER ÓRGANO DE FROTAMIENTO, A BASE DE AMIANTO (ASBESTO) , DE OTRAS SUSTANCIAS MINERALES O DE CELULOSA, INCLUSO COMBINADOS CON TEXTILES O DEMÁS MATERIAS. LAS DEMÁS. | 68139099 | [VALOR CIF * 11.50) + 0%] |
| 11. RUEDAS Y SUS PARTES Y ACCESORIOS. LOS DEMÁS | 87087099 | [VALOR CIF * 11.50) + 15%] |

En México se paga un Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), pero no aplica para ninguno de los productos objetos de este estudio.

5.5. ANÁLISIS DE OTROS PAÍSES QUE EXPORTAN A MÉXICO

Si analizamos el comportamiento de los cinco principales países de importación, la mayor participación proviene de los Estados Unidos, con quien por medio del Tratado de Libre Comercio, estas posiciones arancelarias entran al país con un arancel del 0%, seguido por importaciones de Brasil, Corea del Sur y en algunos casos Alemania.

A continuación se muestra un cuadro comparativo de los principales países de dónde se importa el producto, aranceles vigentes en el 2004 y participación para el 2003.

| POSICIÓN ARANCELARIA | PAÍS | PARTICIPACIÓN 2003 | ARANCEL 2004 |
|----------------------|---------------------------|--------------------|--------------|
| 40111001 | Estados Unidos de América | 52.58% | EXENTO |

| | | | |
|------------|---------------------------|--------|-------------|
| | Corea del Sur | 7.85% | AE |
| | Colombia | 0.00% | EXENTO |
| 40112001 * | Estados Unidos de América | 61.53% | EXENTO |
| | Brasil | 6.38% | 0% (ALADI) |
| | Colombia | 3.13% | EXENTO |
| 85443002 | Estados Unidos de América | 81.50% | EXENTO |
| | Canadá | 8.26% | EXENTO |
| | Colombia | 0.00% | EXENTO |
| 84859003 | Estados Unidos de América | 82.78% | EXENTO |
| | Alemania | 0.64% | 5.00% |
| | Colombia | | EXENTO |
| 87088002 | Argentina | 24.87% | NMF: 13% |
| | Estados Unidos de América | 3.43% | EXENTO |
| | Colombia | 0.00% | EXENTO |
| 87089399 | Estados Unidos de América | 67.78% | EXENTO |
| | Alemania | 16.71% | 4.00% |
| | Colombia | 0.00% | 10.00% |
| 68131099 | Estados Unidos de América | 47.78% | EXENTO |
| | Brasil | 27.49% | 0% (ALADI) |
| | Colombia | 5.05% | EXENTO |
| 87085002 | Brasil | 35.04% | 13% (ALADI) |
| | Estados Unidos de América | 14.81% | EXENTO |
| | Alemania | 11.07% | EXENTO |
| | Italia | 26.39% | EXENTO |
| 84212301 | Estados Unidos de América | 82.78% | EXENTO |
| | Alemania | 0.64% | 5.00% |
| | Colombia | 0.00% | EXENTO |
| 68139099 | Estados Unidos de América | 47.78% | EXENTO |
| | Brasil | 27.49% | 0% (ALADI) |
| | Colombia | 5.05% | EXENTO |
| 87087099 | Estados Unidos de América | 94.8% | EXENTO |
| | Colombia | 0.00% | 15.00% |

FUENTE: SECRETARÍA DE ECONOMÍA.

FUENTE ARANCEL BRASIL: NALADI. DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN MÉXICO DE 24 DE MAYO DE 2004.

*Se debe tener en cuenta la reclasificación de esta posición arancelaria hacia la clasificación 40112002, 40112003, 40112004, 40112005, entrando en vigor a partir del 27 de septiembre de 2003.

En la posición arancelaria 40111001 (que está reclasificada dentro de la posición 40111002), Taiwán entra bajo el arancel **AE**, que significa que debe pagar un arancel de 5.22 dólares por pieza y la posición 40112001, entra con un arancel de 13.5 dólares por pieza, que es un arancel alto.¹⁶

En la anterior tabla se hace una descripción de los principales países de los que se están importando los productos base del estudio y los aranceles vigentes para el año 2004. Se puede apreciar que en casi todas las partidas Estados Unidos es el principal país de importación, exento de arancel, debido al Tratado de Libre Comercio. Le siguen en importancia de participación Alemania, que tiene aranceles del 4 o 5% (Tratado UE) Si bien Colombia trabaja con aranceles bastante bajos (algunos exentos), la participación en las exportaciones no es importante y en algunos casos es nula.

México mediante el acuerdo de complementación económica 53 realizado con Brasil, concedió muchos beneficios al sector de autopartes, para lograr un mayor intercambio comercial de estos productos. En el caso de la posición arancelaria 68139099, la tasa ad-valorem es del 18% y mediante dicho acuerdo se concede una preferencia arancelaria del 100% para ingresar a México. Igual sucede con las posiciones 40112001, 68131099, que se encuentran con una preferencia arancelaria del 100%, lo que ha impulsado que Brasil esté incrementando sus exportaciones hacia México como parte de apoyo del gobierno mexicano para la fabricación de automóviles terminados, con partes provenientes de Brasil.

5.6.CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

Si se analiza el comportamiento de normatividad mexicano para ingresar productos importados, es claro que no existen barreras no arancelarias que se diferencien de un país a otro, es decir, la normatividad es exactamente igual para los diferentes países. La diferencia se da en el pago de aranceles.

Frente a Estados Unidos de América, principal proveedor en el sector de autopartes a México, que está exento del pago de aranceles, Colombia estaría en las mismas condiciones arancelarias, para los productos que se encuentran exentos del pago de aranceles. Sin embargo, en las posiciones arancelarias 87089399 y 87087099 donde el pago de aranceles es de un 10 y 15% respectivamente, no existe ventaja arancelarias, incluso teniendo el Tratado del G3.

¹⁶ Diario Oficial de la Federación. Diciembre 31 del 2003.

Frente a países como Brasil y Corea del Sur que pagan altos aranceles, Colombia tiene oportunidad, ya que en las posiciones arancelarias donde esos países están compitiendo fuertemente, Colombia tiene aranceles bajos o exentos.

6 DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

En este capítulo se presenta un análisis global del comportamiento de Distribución Física Internacional relevante para el sector de Autopartes y en el caso que sea necesario se informa sobre aspectos a tener en cuenta para la importación del producto en cuanto distribución física.

El desarrollo de cada uno de los temas como son: vías y medios de acceso, procesos y costos desde las principales ciudades de Colombia a las principales ciudades de destino en México, contactos para los trámites en México, empresas transportadoras y demás información puntual, se presenta en el ANEXO DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.

6.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La infraestructura física de México se encuentra bastante desarrollada en cuanto a terminales marítimas y aéreas para atender el comercio internacional, dados los altos volúmenes de carga que maneja.

Cuenta con 48 aduanas que atienden el país. De ellas, 19 se encuentran a lo largo de la frontera norte, 2 en la frontera sur, 17 son marítimas y 10 son aduanas interiores.

Se tienen 15 puertos marítimos ubicados sobre los dos océanos: Pacífico y Atlántico, de los cuales hay cuatro que son principalmente puertos de terminales de manejo de carga: Veracruz y Altamira situados sobre el Océano Atlántico y Lázaro Cárdenas y Manzanillo sobre el Océano Pacífico.

Uno de los puertos de mayor importancia de tráfico entre Colombia y México es el puerto de Veracruz, que actualmente representa el 22.74%¹⁷ del movimiento de carga manejado a nivel nacional, lo que lo

¹⁷ Información de la SCOP (Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas), Dirección. Gral. de Puertos y Dragados

sitúa como el primer puerto comercial del país. El principal tipo de carga que maneja es contenerizada, además de graneles, fluidos y carga general como tubos de acero, automóviles y autopartes; para lo cual cuenta con 40,447 hectáreas destinadas a la recepción y almacenaje de mercancías. De Veracruz las mercancías pueden llegar a la ciudad de México por vía terrestre o ferrocarril.

En volumen de importación de autopartes, el medio más utilizado es el carretero, debido a que Estados Unidos de América es el principal proveedor. El segundo medio es el férreo, también utilizado en frontera, y en tercer lugar, el transporte marítimo, para productos provenientes de países orientales como Corea o de otras procedencias. De América del Sur, básicamente de Brasil, que es después de Estados Unidos de América el segundo país en volúmenes de importación de autopartes en México, se utiliza el medio marítimo.

La aduana más importante en flujo de transporte de mercancía es Puente Internacional Colombia, ubicada en Nuevo Laredo, que permite el ingreso de mercancías a la ciudad de Monterrey o al interior del país. Esta aduana es un recinto fiscal y ofrece a las empresas la ventaja de poder recibir mercancías de importación directamente en territorio nacional en calidad de depósito ante la aduana, realizando todas las operaciones de comercio internacional en el lado mexicano, ahorrándose con esto, costos en mano de obra, en renta de forwardings o uso de transfers.¹⁸ Este punto de ingreso al país es el más utilizado en frontera debido a la cercanía con el interior del país y las principales ciudades como son Monterrey, Querétaro y México DF, el resto de aduanas son utilizadas para tránsito de mercancías en menor escala.

El uso del medio férreo en la frontera con Estados Unidos de América ha tenido una importante evolución en los últimos años, destacándose el ingreso de mercancías a través de la aduana de Nuevo Laredo y Piedras Negras, sobre todo para autopartes.¹⁹

Para mercancías originarias de oriente, con países de origen como China, Corea del Sur, Japón, el principal puerto de entrada es Manzanillo, localizado en el Departamento de Colima, sobre el océano Pacífico.

En este puerto prestan servicio cerca de 22 líneas marítimas de reconocida importancia como son Kien Hung Shipping Co. Compañía

¹⁸ <http://www.fidenor.com.mx/>

¹⁹ Ferrocarriles Nacionales de México.

Sudamericana de Vapores (CSAV), Maersk de México, S.A. de C.V. P&O NEDLLOYD, Nipon Yusen Kaisha (NYK), Cia. Latinoamericana de Navegación S.A. (CLAN), Toko Kaiun Kaisha.

Para mercancías procedentes de Brasil, se tiene una buena periodicidad en los despachos marítimos, encontrando líneas marítimas tan importantes como Companhia Libra de Navegacao S.A.

En cuanto a mercancías originarias de América del Sur, en especial de Colombia, el principal puerto de entrada es Veracruz por el Atlántico, si se maneja la carga saliendo del Puerto de Cartagena, o ingresando por Manzanillo si proviene del Puerto de Buenaventura. La lista de compañías navieras y costos de fletes y uso de puertos se encuentra en el anexo de Distribución Física Internacional.

Aunque el medio férreo se encuentra en pleno desarrollo y ha pasado a ser bastante utilizado, todavía el transporte terrestre de puerto marítimo hacia el interior del país es el más utilizado. Los tiempos de tránsito en transporte férreo pueden ser de 3 a 4 días más al interior de la república mexicana, por lo que los importadores prefieren manejar carga por medios terrestres, y la diferencia en costos nos es muy alta, comparado con el beneficio de los tiempos manejados por transporte terrestre.

Los importadores de autopartes introducen la mercancía como importación definitiva, ya que originaría sobre costos por la permanencia en puertos o depósitos fiscales.

Para el manejo de los productos objetos de este estudio, casi en su totalidad, los importadores de mercancías de autopartes manejan carga por contenedor completo y en casi todos los casos exigen que sea carga paletizada. Según se trate el volumen de la compra, se manejan los diferentes tipos de contenedores. Cada importador cuenta con centros de distribución, a donde llega directamente el contenedor, o en algunos casos cuentan con transporte propio de puerto a centro de distribución o prefieren contratar transporte privado interno en México, independiente del transportador que les manejó la mercancía desde el país de origen, lo que les permite minimizar los costos de transporte.

Por las características del producto, las autopartes no requieren trato especial en el transporte ni marítimo ni terrestre. Ni existe reglamentación alguna en el manejo del producto por parte del estado mexicano. Solo se

deberán aplicar las NOM²⁰, explicadas en el capítulo de Acceso al mercado sobre etiquetado, además de las específicas de las autopartes.

Todos los productos de importación, con excepción de las llantas, que vienen solamente embaladas en papel, se presentan en caja de cartón individual, con las marcas y embalajes de fábrica. El estudio arroja que los comercializadores no requieren de ningún tipo especial de empaque. El diseño gráfico no es importante para la presentación del producto, y sólo en el caso del desarrollo de marcas propias el comercializador solicita al comprador internacional el desarrollo de empaques con impresiones y publicidad especial en las cajas.

En el caso de mercancías susceptibles de ser identificadas individualmente, deberán indicarse los números de serie, parte, marca, modelo o, en su defecto, las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares.

6.2. COMPARATIVOS DE COSTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

En el anexo 1 se puede observar que Estados Unidos y Canadá comparativamente tienen los precios más bajos de transporte, ya que se maneja el intercambio de mercancías por medio terrestre en la frontera norte de México. Las negociaciones con los fabricantes norteamericanos son DAF (Delivery at frontier) donde el importador mexicano recibe el producto en frontera y lo interna asumiendo gastos de transportes y seguros. El tiempo de entrega es de horas hasta máximo dos días desde la frontera hacia las principales ciudades, lo que también representa una buena ventaja.

En cuanto a importaciones por medio marítimo, Colombia tiene el menor costo de fletes y tiempo de tránsito. Si bien depende del puerto de salida y las escalas realizadas en el recorrido, en comparación con Corea quien maneja 15 días de tránsito, de Alemania con tiempos de 15 días, o de origen Brasil o Argentina con tiempos de tránsito de 18 y 22 días respectivamente, Colombia tiene de 5 a 8 días lo que marca una buena diferencia en tiempos de entrega. Incluyendo el BAF, un contenedor de 20' procedente de Colombia está costando alrededor de US\$ 1,500, mismo que valdría aproximadamente US\$ 2,375 desde Alemania, de Brasil o Argentina US\$ 2,550 y desde Corea US\$ 2,050. Se tiene que tomar en

²⁰ Normas Oficiales Mexicanas descritas en el módulo de Acceso al Mercado.

cuenta que los despachos desde Corea en época de temporada alta tienen un sobre precio (Peak Season) de US\$ 400 y 600 para contenedor de 20' y 40' respectivamente, lo que incrementa considerablemente el valor del contenedor. Se tienen que sumar al costo de los contenedores el valor del transporte de puerto mexicano a ciudad destino. En el anexo de DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL se hace un comparativo de fletes terrestres en la república mexicana de los diferentes puertos a las principales ciudades destino y se hace una evaluación de las alternativas de ingreso desde los diferentes puertos mexicanos en costos, tiempos y riesgos del transporte.

6.3.CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS

El volumen del comercio entre México y Colombia creciente en los últimos años, hace que se haya generado una importante red de transporte de mercancías tanto marítima como aérea y que día a día sean mayores las opciones de proveedores de este servicio entre los dos países. Esto genera menores costos en fletes y una mayor disponibilidad en horarios de salidas de buques o aviones provenientes de Colombia. En cuanto a costos aduanales, portuarios y demás, son tarifas fijas, que aunque se pueden negociar en algunos casos según volúmenes de comercio, no representa ninguna ventaja para el exportador colombiano.

Sin embargo, en la importante competencia generada por Estados Unidos como principal proveedor de esta línea de productos, Colombia no tiene mayores ventajas, ya que como se ha mencionado, el transporte terrestre no está sujeto a horarios establecidos, los costos son bastante bajos y la frecuencia de salidas desde Estados Unidos es diaria, y complementando con el uso de los medios férreos entre los dos países, hay una fuerte desventaja en el manejo de la carga.

Comparado con el resto de países que proveen este tipo de mercancías, Colombia tiene ventaja en costos de transporte y tiempos de entrega del producto, ya que un contenedor puede demorar varias semanas de puerto a puerto desde oriente o América del Sur a México, mientras que el tránsito de Colombia tarda en promedio, ocho días en viaje directo.

7 PERSPECTIVAS FINALES

El parque vehicular mexicano es el segundo en importancia en América Latina, según el último censo de 1999, alcanzaba casi los once millones de unidades, con una edad promedio de doce años, sin contar la innumerable cantidad de vehículos ilegales que circulan en el país, sobre todo en las zonas fronterizas. Esta cifra representa una importante oportunidad para la oferta colombiana de autopartes.

El sector que presenta más oportunidades para el exportador es el de las autopartes destinadas a las refacciones. Esto es debido a que los requerimientos de producción de las piezas destinadas al armado de vehículos originales son muy altos, sobre todo en cuanto a tiempos de entrega, por eso es que la mayor parte de las fábricas se encuentran cercanas a las fábricas de autos, formando agrupaciones industriales. Además, los convenios con las armadoras extranjeras, en su mayoría se realizan fuera de México, en sus países de origen.

Por otra parte, el segmento de las refacciones se encuentra ávido de incorporar los cientos de productos que la industria local no alcanza a fabricar, debido a la mencionada “pulverización” del mercado. Se recomienda analizar los modelos de fabricación reciente en Estados Unidos, ya que esos son los que podrán ingresar primero a México. Del mismo modo, todas las refacciones destinadas al Volkswagen Sedán, que ya se dejó de fabricar, puesto que si bien la armadora garantiza la existencia de repuestos durante diez años, ya se habla de faltantes de piezas originales para refacción.

Las autopartes colombianas están en igualdad de condiciones arancelarias frente al principal competidor que es Estados Unidos, a excepción de las ruedas y sus partes y de los embragues. Para estos dos artículos se tendrán que ajustar los costos para poder penetrar en el mercado.

El canal de distribución recomendado para penetrar el mercado mexicano es el de los grandes importadores-distribuidores. La ventaja de esto es que los grandes importadores cuentan con fuerza de venta importante y, muchas veces, con distribución propia, llegando a todo el país. Manejan una relación más bien personalizada con los clientes y compiten entre sí por atender los pedidos en tiempos cada vez menores. No requieren prácticamente inversión publicitaria, más que los mínimos folletos para capacitar a sus vendedores. En general son empresas fuertes, pero con organizaciones accesibles, atendidas por sus dueños,

quienes, en la mayoría de los casos, se mostraron interesados durante las entrevistas.

También es recomendable la participación en la feria organizada por RUJAC en Guadalajara, así como en SEMA Show, en Las Vegas.

Los rines, al ser considerados como accesorios, no siguen los parámetros de los demás productos analizados. La competencia se da entre marcas líderes reconocidas mundialmente, independientemente de los precios, ya que se trata de productos dirigidos a un consumidor de nivel económico alto. Se recomienda apoyar el ingreso al mercado con publicidad en revistas dedicadas a los amantes del automovilismo.

Para el caso de las llantas, es importante el apoyo publicitario, debido a que las marcas que más se venden basan su estrategia, entre otras cosas, en la inversión publicitaria. Los compradores suelen ser los usuarios directos, por lo que las preferencias están dadas por las empresas cuya presencia de marca sugieren más confiabilidad y durabilidad.

ANEXO 1: COSTOS COMPARATIVOS DE TRANSPORTE.

TRANSPORTE MARÍTIMO

| COMPARACIÓN PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN IMPORTACIÓN | | | | | | | | |
|---|------------------|-----------------------------|----------------------------|---------|--|----------|---|------|
| PAÍS ORIGEN | PUERTO DE SALIDA | MÉXICO PUERTO DE LLEGADA | TIEMPO TRÁNSITO DÍAS | ESCALAS | COSTO PUERTO A PUERTO (Valor en dólares US\$) | | PEAK SEASON (Valor en dólares US\$) | |
| | | | | | 20' | 40' | | |
| BRASIL | Río Grande | Altamira | 18 | 1 | 2,550.00 | 3,770.00 | 0.00 | 0.00 |
| ARGENTINA | B. Aires | Manzanillo | 22 | 3 | 2,550.00 | 3,770.00 | 400 | 600 |
| COREA | Pusan | Manzanillo | 15 | 6 | 2,050.00 | 3,400.00 | 400 | 600 |
| ALEMANIA | Amberes | Altamira | 15 | 1 | 2,375.00 | 4,500.00 | 0.00 | 0.00 |
| COLOMBIA | B/ventura | Manzanillo | 8 | 1 | 1,580.00 | 2,000.00 | 0.00 | 0.00 |

TRANSPORTE TERRESTRE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ PUESTO EN FRONTERA NORTE

| INGRESO MERCANCIA DESDE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (PRECIOS SIN IVA 15%) | | | | | |
|---|-------------------|----------------|-----------------|-------------------------|----------|
| PAIS ORIGEN | ADUANA DE ENTRADA | CIUDAD DESTINO | TIEMPO TRÁNSITO | TRAILER | |
| | | | | (Valor en dólares US\$) | |
| | | | | 48' | 53' |
| ESTADOS UNIDOS | NUEVO LAREDO | México DF | 16 horas | 1,459.00 | 1,896.00 |
| | | Guadalajara | 14 horas | 1,297.00 | 1,800.00 |
| | | Monterrey | 6 horas | 353.00 | 494.00 |
| | TIJUANA | México DF | 34 horas | 1,590.00 | 2,123.00 |
| | | Guadalajara | 28 horas | 1,393.00 | 1,900.00 |
| | | Monterrey | 18 horas | 1,946.00 | 2,700.00 |