

.....

Estudio de Mercado – Guatemala



Análisis del Sector Automotores

- ✓ Comerciales
- ✓ Particulares
- ✓ Repuestos y Autopartes

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: Camilo Concha Gaviria.

Consultores Junior:

Victoria Eugenia Pérez.

María Paula Vargas.

María Teresa Caruso.

Carrera 14 No. 94 A 24 Oficina 302

Teléfono: 57 (1) 6359220

consultor@cablenet.co

Bogotá, Colombia.

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 en Guatemala – Sector Automotores. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 91 páginas.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	8
1. INFORMACIÓN GENERAL	10
1.1. EVOLUCION DEL SECTOR	10
1.2. SUBSECTORIZACIÓN	10
2. COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO	12
2.1. TAMAÑO DEL MERCADO	12
2.1.1. EVOLUCIÓN DEL MERCADO	13
2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR	13
2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS.	13
2.1.3.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS.	21
2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL	29
2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – GUATEMALA	30
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.	31
2.2.1. VEHÍCULOS COMERCIALES	32
2.2.2. VEHÍCULOS PARTICULARES	33
2.2.3. REPUESTOS Y AUTOPARTES	36
2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES	39
2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	41
2.5. CONCLUSIONES DE COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	42
3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	44
3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA	44
3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL LAS PLANTAS PRODUCTIVAS DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS	45
3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	46
3.2. MEZCLA DE MERCADEO	51
3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS	51
3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE AUTOMOTORES POR CATEGORÍAS	53
3.2.3. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR	59
3.2.3.1. PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS POR SUBSECTOR	59
3.3. CONCLUSIONES COMPETENCIA	64
4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION	66
4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	66
4.1.1. VEHÍCULOS	66
4.1.2.1. DETALLISTAS	72

4.1.2.2. MAYORISTAS	73
4.1.2.3. REPRESENTANTES	74
4.1.2.4. CONDICIONES DE COMPRA A LOS FABRICANTES :	75
4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	75
4.3. IMPORTADORES	76
4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES	76
4.5. CONCLUSIONES DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	84
 5. CONDICIONES DE ACCESO	 85
5.1. DERECHOS ARANCELARIOS	85
5.1.1 VEHÍCULOS PARTICULARES	85
5.1.2 VEHÍCULOS PARTICULARES	85
5.1.3 REPUESTOS Y AUTOPARTES	88
5.2. BARRERAS NO ARANCELARIAS	88
5.3. IMPUESTOS INTERNOS	88
 6.PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES	 90

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. PARTIDAS ARANCELARIAS PARA LOS PRODUCTOS EN ESTUDIO	10
TABLA 2 TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE AUTOMOTORES EN GUATEMALA, EN US\$ AÑO 2002	12
TABLA 3. EVOLUCIÓN ESTIMADA DEL MERCADO DE AUTOMOTORES EN GUATEMALA	13
TABLA 4. IMPORTACIONES DESDE COLOMBIA 2002 EN US\$	31
TABLA 5. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS PLANTAS PRODUCTIVAS DE AUTOMOTORES	45
TABLA 6 PARQUE AUTOMOTOR DE GUATEMALA.	55
TABLA 7 LISTA DE PRECIOS, DISTRIBUCIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS VEHÍCULOS PARTICULARES Y COMERCIALES	59
TABLA 8. PRECIOS DE AUTOREPUESTOS POR TIPO DE CANAL.	60
TABLA 9. PRINCIPALES IMPORTADORES / DISTRIBUIDORES DE VEHÍCULOS.	66
TABLA 10. PRINCIPALES SUBDISTRIBUIDORES DE VEHÍCULOS	71
TABLA 11 CARACTERIZACIÓN DE LOS PRINCIPALES MAYORISTAS .	74

INDICE DE GRAFICAS

GRAFICA 1. PARTICIPACIÓN DE CADA SUBSECTOR DENTRO DEL SECTOR	12
GRAFICA2 EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN US\$.	14
GRAFICA3 PARTICIPACIÓN DE LAS POSICIONES ARANCELARIAS.	14
GRAFICA.4 EVOLUCIÓN DEL SECTOR POR LÍNEA EN US\$.	15
GRAFICA5 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PASAJEROS, AÑO 2.002	16
GRAFICA6 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES VEHÍCULOS PAR EL TRANSPORTE	17
GRAFICA.7 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE CARROCERÍA, AÑO 2.002	18
GRAFICA 8 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE TRANSPORTE DE MENOS DE 10 PASAJEROS , AÑO 2.002	18

GRAFICA9 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE VEHÍCULOS ESPECIALES, AÑO 2.002	19
GRAFICA10 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE VEHÍCULOS ESPECIALES, AÑO 2.002	20
GRAFICA11 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE REPUESTOS Y PARTES DE VEHÍCULOS, AÑO 2.002	20
GRAFICA12 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE REPUESTOS Y PARTES PARA VEHÍCULOS ESPECIALES Y MOTOCICLETAS AÑO 2.002	21
GRAFICA13 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR AUTOMOTORES EN US\$	22
GRAFICA14 PARTICIPACIÓN DE LAS DIFERENTES PARTIDAS ARANCELARIAS EN US\$	22
GRAFICA15 EVOLUCIÓN DE LAS LÍNEAS DEL SECTOR EN US\$	23
GRAFICA.16 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE TRACTORES	23
GRAFICA.17 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE VEHÍCULOS DE PASAJEROS.	24
GRAFICA.18 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE VEHÍCULOS PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS	25
GRAFICA.19 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CARROCERÍAS	25
GRAFICA.20 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE TRANSPORTE DE MENOS DE 10 PASAJEROS.	26
GRAFICA21 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE VEHÍCULOS ESPECIALES.	27
GRAFICA.22 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE MOTOCICLETAS, AÑO 2002.	27
GRAFICA23 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE REPUESTOS Y PARTES, AÑO 2002.	28
GRAFICA.24 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE REPUESTOS Y PARTES, AÑO 2002.	28
GRAFICA25 BALANZA COMERCIAL DE AUTOMOTORES DE GUATEMALA, AÑO 1999 HASTA 2002, EN US\$	29
GRAFICA. 26 BALANZA COMERCIAL DE AUTOMOTORES POR SUBSECTOR EN US\$, 2002	30
GRAFICA27 COMERCIO BILATERAL COLOMBIA-GUATEMALA EN US\$	31
GRAFICA.28 TIPO DE VEHÍCULO QUE ADQUIEREN LOS CONSUMIDORES GUATEMALA	32
GRAFICA29 TIPO DE VEHÍCULO VENDIDOS PARA PASAJEROS AÑO 2002	33
GRAFICA30 TIPO DE VEHÍCULO ADQUIRIDO POR LOS CONSUMIDORES	34
GRAFICA31 TIPO DE VEHÍCULO A GASOLINA ADQUIRIDO POR LOS CONSUMIDORES	35
GRAFICA32 TIPO DE VEHÍCULO A GASOLINA ADQUIRIDO POR LOS CONSUMIDORES	35
GRAFICA33 TIPO DE MOTOCICLETA POR CILINDRARE	36
GRAFICA34. REPUESTOS Y PARTES PARA VEHÍCULOS COMERCIALES Y PARTICULARES.	37
GRAFICA 35. DETALLE DE LOS REPUESTOS IMPORTADOS AÑO 2.002	38
GRAFICA36. DETALLE DE LOS REPUESTOS IMPORTADOS PARA MOTOCICLETAS AÑO 2.002	39
GRAFICA37. CLIENTES DE LOS MINORISTAS	41
GRAFICA38 PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR MARCAS EN VEHÍCULOS PARTICULARES	53
GRAFICA39 VEHÍCULO VENDIDO POR TIPO EN OCTUBRE 2.003 (UNIDADES)	54
GRAFICA40 PARTICIPACIÓN DEL PARQUE COMERCIAL POR MARCA	56
GRAFICA41 PARTICIPACIÓN DEL PARQUE AUTOMOTRIZ COMERCIAL POR AÑOS	57
GRAFICA42 PARTICIPACIÓN DEL PARQUE AUTOMOTRIZ PARTICULAR POR MARCA	57
GRAFICA43 PARTICIPACIÓN DEL PARQUE AUTOMOTRIZ PARTICULAR POR AÑOS	58
GRAFICA44 PARTICIPACIÓN DEL PARQUE AUTOMOTRIZ PARTICULAR POR TIPO DE AUTOMOTOR	58

RESUMEN EJECUTIVO

El sector Automotores ha crecido vertiginosamente en los últimos cuatro años, producto principalmente de una disminución en la tasa de interés que ha estimulado la adquisición de vehículos nuevos, especialmente compactos, y a la vez ha generado una disminución en el precio de los usados debido a un menor grado de demanda. Todos los actores entrevistados coincidieron en que el sector continuará su crecimiento durante los próximos años, especialmente repuestos en la medida en que el parque automotor vaya progresivamente envejeciendo.

Todos los vehículos particulares que se comercializan en Guatemala son importados, mientras que en el caso de algunos vehículos comerciales se importa el chasis y el motor, siendo desarrolladas sus carrocerías por una empresa local denominada Carrocerías ROSMO, dedicada a la producción y venta de carrocerías para buses y furgones, alcanzando solamente cerca del 2% de mercado de vehículos comerciales. En cuanto a repuestos, se identificaron dos empresas nacionales de resortes, las cuales en conjunto poseen el 1.9% del mercado de autopartes.

La escasa tecnología requerida para el desarrollo de resortes permite que su producción se lleve a cabo en Guatemala pues las inversiones no son significativamente altas. Ahora bien, su consumo es básicamente local debido a los altos costos de transporte internacional lo cual encarece el producto a pesar de la buena calidad del mismo.

El mercado de vehículos particulares esta liderado por tres marcas japonesas principalmente: Toyota, Mitsubishi y Mazda con una participación del 30.0%, 12.3% y 9,2% respectivamente.

La gran acogida de la marca Toyota, la cual alcanza cerca de 1/3 de las ventas en Guatemala demuestra la amplia preferencia por éste tipo de vehículos y el amplio historial que la marca tiene al interior del mercado guatemalteco.

En cuanto al tipo de vehículo que mas se comercializó durante el 2003 hace referencia al auto compacto, seguido por las Pick-Ups. Se estableció igualmente que las camionetillas¹ y vehículos familiares tipo Kia Carens o Chevrolet Zafira es un segmento en crecimiento, ya que en Guatemala la mayoría de las familias con acceso a un vehículo tienen 3 ó más hijos ofreciendo mejores estándares de confort en el transporte familiar.

Existe muy buena percepción del producto colombiano, específicamente de los repuestos. Se encontraron distribuidores que anteriormente habían importado producto colombiano; sin embargo, a raíz de la menor competitividad en términos de precio, esta relación comercial culminó².

¹ En Guatemala se denominan camionetillas lo que en inglés se conoce como “Station Wagon”, es decir aquellos vehículos que el maletero o baúl está incorporado a la cabina del carro.

² Información suministrada por el Sr. Oscar Sevilla, Propietario y Gerente General de AUTOTODO

En general, se puede decir que todos los subsectores investigados son sumamente sensibles al precio y/o a las condiciones y facilidades de financiamiento.

Los canales de distribución para vehículos comerciales y particulares pertenecen a grandes grupos económicos locales o regionales, quienes a su vez operan como importadores, representantes, detallistas y propietarios de talleres autorizados por las diferentes casas matrices para la reparación y mantenimiento de los vehículos. Al interior de éstos grupos se identificaron algunos tales como “Cofiño Stahl” quien maneja las marcas Toyota, Alfa Romeo, Daihatsu y Fiat, y “Central Motriz” cuya representación y cuya distribución abarca marcas como Mitsubishi, Ford y Kia. Adicionalmente se identificó la existencia de subdistribuidores que adicional al producto nuevo, venden igualmente vehículos usados que provienen usualmente de clientes que dejan sus vehículos usados en parte de pago de uno nuevo.

El caso de autopartes funciona radicalmente diferente debido a la existencia de representantes comerciales quienes usualmente cuentan con almacenes detallistas que a su vez surten almacenes más pequeños de autopartes ubicados ya sea en Ciudad de Guatemala o en los diferentes departamentos. Estas representaciones últimamente han tendido a desaparecer debido al encarecimiento del producto a medida que se añaden intermediarios que alargan la cadena de abastecimiento.

Es importante mencionar que los repuestos originales importados por los mismos representantes de la marca, tienen buenos niveles de rotación durante el tiempo útil de garantía del vehículo. Una vez terminado el tiempo de garantía de un vehículo, ésta pasa a ser revisado en talleres independientes cuyas autopartes no necesariamente son originales pero si significativamente más económicas. Este comportamiento ocurre en vehículos particulares de gama media y baja, así como en vehículos comerciales de toda índole.

En Guatemala, la mayoría de establecimientos dedicados a la comercialización de autopartes manejan un amplio portafolio de productos que intentan cumplir con la demanda de repuestos para el vehículo en general. Esto significa que existe una poca especialización en partes para el vehículo como frenos ó clutch ó suspensión, etc., siendo manejadas todas las partes por un mismo comercializador. Esto se debe a que para alcanzar volúmenes elevados de ventas, es necesario ofrecer una amplia variedad de productos y de marcas dando la oportunidad al comprador de optar por diferentes tipos de producto. Adicionalmente, en el mercado es valorado el hecho de encontrar todo lo requerido para una reparación en un solo punto de venta.

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. EVOLUCION DEL SECTOR

Este sector ha experimentado buenas ratas de crecimiento en el lapso estudiado, debido a que en el año 2000 el sector creció en un 4%, en el 2001 un 9% y finalmente en el 2002 alcanzó un crecimiento de 10%. Este incremento se debe básicamente al aumento de las importaciones puesto que la producción de autopartes y carrocerías en el país se ha mantenido estable en los últimos años. Por su parte, el incremento en la importación de repuestos se debe adicionalmente, a un crecimiento del parque automotor guatemalteco, motivado por las bajas tasas de interés que han prevalecido en Guatemala en los últimos cuatro años.

En el año 2002, la producción local alcanzó los US\$6.4 millones, representando el 0.03% del PIB³ de Guatemala. En cuanto a la importancia del sector en la generación de empleo no se conoce ya que en el país no se mantienen estadísticas confiables al respecto.

1.2. SUBSECTORIZACIÓN

Para estudiar el sector de automotores se analizaron los siguientes tres subsectores:

- Vehículos Comerciales: Camiones y camionetillas para manejar carga y autobuses para transporte de pasajeros
- Vehículos Particulares: incluye autos, camionetas y otros. La característica común es que todos son para el transporte personal o de trabajo pero no para manejo de carga ni pasajeros. Incluye taxis.
- Repuestos y Accesorios: Sistemas de fricción; sistemas de suspensión; filtros; sistema de dirección; embragues; rines; baterías; cables y Guayas; sistemas de transmisión

A continuación se presentan las partidas arancelarias investigadas en el estudio del sector Automotores en Guatemala. Debe mencionarse que en la tabla aparecen a un nivel de cuatro dígitos, lo cual indica que se incluye todo el detalle en ellas contenido, haciendo más amplia la investigación y por ende representa mejor el comportamiento del sector.

Tabla 1. Partidas Arancelarias para los productos en estudio

Comerciales	8701	Tractores
	8702	Vehículos para el transporte de 10 o más personas
	8704	Vehículos para el transporte de mercancías
	8705	Vehículos para usos especiales (ej. Bomberos, blindados)
	8706	Chasis para vehículos de las partidas 8701 a 8705

³ En el 2002 el PIB de Guatemala fue Q.181,996 millones a un tipo de cambio promedio de Q.7.83249 por US\$1.
Fuente: www.banguat.gob.gt

	8707	Carrocerías para vehículos de las partidas 8701 a 8705
	8709	Carretillas automóvil como las usadas en almacenes, puertos, etc.
	8710	Tanques y demás vehículos blindados de guerra
Particulares	8703	Vehículos para el transporte de 10 ó menos pasajeros, incluyendo los de turismo
	8711	Motocicletas y triciclos a motor
Repuestos	8708	Partes y accesorios para vehículos de las partidas 8701 a 8705
	8714	Partes y accesorios para vehículos de las partidas 8711 a 8713

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos del Banco de Guatemala

2. COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO

2.1. TAMAÑO DEL MERCADO

La producción local del sector Automotor en Guatemala se estima que en el año 2002 fue ascendió a US\$ 6,400,000⁴ para alcanzar un mercado total mayor a los US\$ 608 millones.

Tabla 2 Tamaño Aparente del Mercado de Automotores en Guatemala, en US\$ año 2002

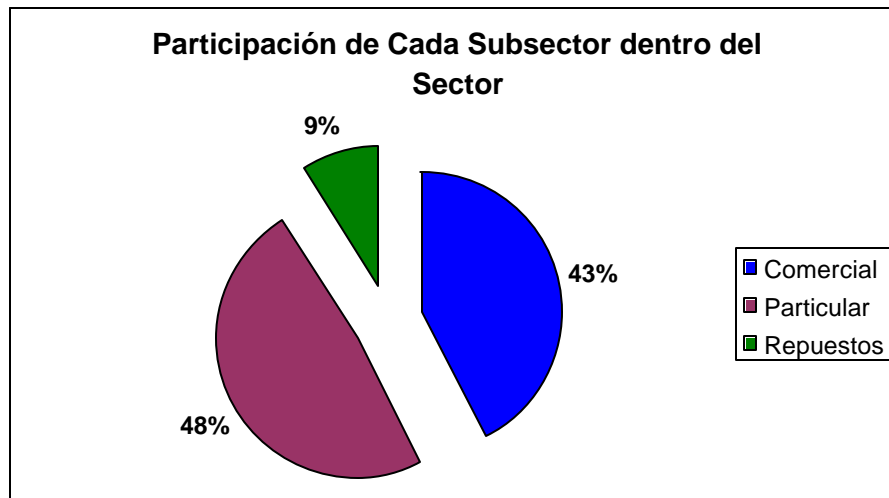
	Importaciones	Producción Local	Exportaciones	Tamaño del Mercado
Comercial	258,161,437	5,400,000	4,128,672	259,432,765
Particular	296,909,081		1,855,419	295,053,662
Repuestos	54,457,558	1,000,000	1,478,764	53,978,794
Total	609,528,076	6,400,000	7,462,855	608,465,221

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA y de fuentes primarias

Los datos de importaciones y exportaciones por cada línea fueron obtenidos de la base de datos de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). Mientras que los datos de producción nacional se estimaron a partir de entrevistas a productores y distribuidores. De esta forma se obtuvo el tamaño del mercado por línea y total para el sector.

Dentro del sector Automotores se incluyen tres subsectores: Vehículos Comerciales, Vehículos Particulares (donde se incluyen taxis) y Repuestos. En la siguiente gráfica se presenta la participación de cada línea dentro del total del sector.

GRAFICA 1. Participación de Cada Subsector dentro del Sector



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

⁴ Se estimó que la producción local de carrocerías fue de 5.4 millones de dólares y la de repuesto alcanzó solamente 1 millón, debido a que se elaboran básicamente resortes

2.1.1. EVOLUCIÓN DEL MERCADO

Este sector ha experimentado crecimiento en el lapso estudiado. En el año 2000 creció el 4%, en el 2001 un 9% y finalmente en el 2002 alcanzó un crecimiento de 10%. Las importaciones, han crecido en todas las líneas que componen el sector, pero especialmente en los vehículos particulares, en cuyo caso aumentaron 48% en el período 99-2002. En cambio la producción de carrocerías y repuestos permanece constante.

El crecimiento del parque automotor en cuanto al uso particular se refiere, ha conllevado a un incremento en las importaciones de autopartes, cifra que creció en un 19% en el mismo período 1999-2002. De acuerdo a lo anteriormente expuesto y siendo consecuente con una potencial mayor demanda, se prevé un crecimiento aun mayor en el subsector de autopartes, crecimiento forjado no solamente por el mayor número de vehículos, sino por el envejecimiento de los automóviles dando posibilidad de crecimiento tanto a repuestos originales de fábrica, como a los repuestos genéricos o no originales.

Este gran crecimiento del sector se debe principalmente a la disminución de las tasas de interés y a las facilidades para otorgar financiamiento en la adquisición de vehículos.

Tabla 3. Evolución Estimada del Mercado de automotores en Guatemala

	1999	2000	2001	2002
Comercial	241,318,165	232,802,669	245,558,049	259,432,765
Particular	200,111,186	222,447,941	259,954,873	295,053,662
Repuestos	45,109,952	49,927,422	46,958,160	53,978,794
Total	486,539,303	505,178,032	552,471,082	608,465,221

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA y de fuentes primarias

2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR

Las partidas arancelarias para los productos que se incluyen en el estudio del sector Automotores se mostraron al inicio del informe en la subsectorización.

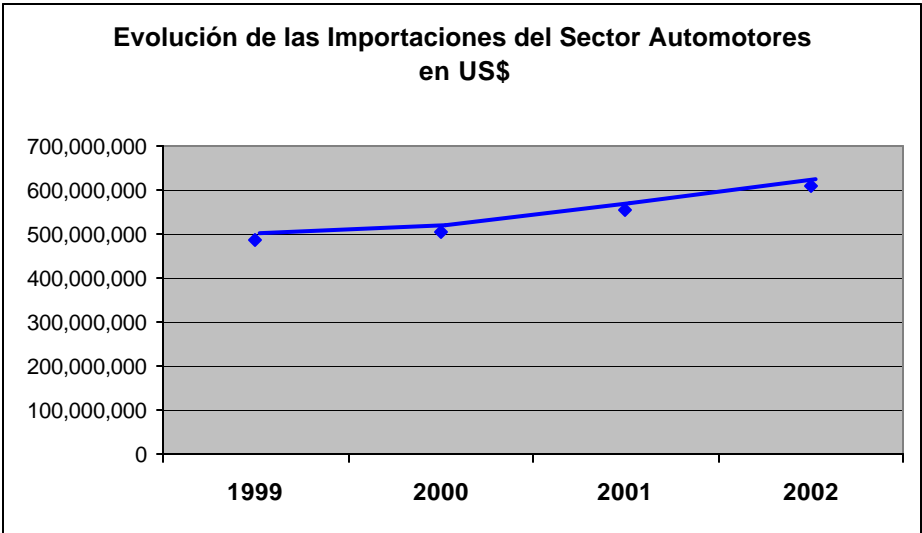
Como es fácilmente observable, el comportamiento en Honduras ha sido consecuente con el desarrollo integral de la región en cuanto al desarrollo del sector se refiere. Las mejores condiciones para la adquisición de vehículo en términos de intereses y plazos de pago han permitido un desarrollo del sector en general, desarrollo que mayormente ha sido forjado por las clases menos favorecidas quienes en la actualidad cuentan con mejores posibilidades de adquirir vehículo propio.

El subsector de las autopartes es un subsector que reacciona de acuerdo al comportamiento de las importaciones de vehículos, generándose un crecimiento usualmente en línea con el comportamiento de la importación de vehículos al país.

2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS.

En el siguiente gráfico se muestra el crecimiento de las importaciones del sector automotor, las cuales experimentaron un crecimiento superior al 10% en el 2002. Este comportamiento ha mantenido una tendencia positiva gracias al esfuerzo de los distribuidores por adquirir mejores líneas de crédito con los bancos para financiar a sus clientes, lo cual ha producido mejores resultados reflejados en mayores plazo para la financiación de vehículos (hasta 60 meses) y mejores tasas de interés.

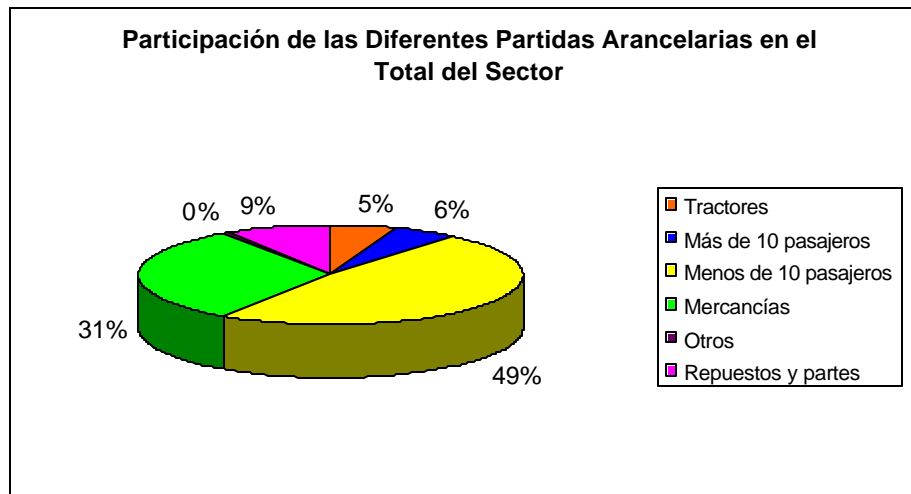
GRAFICA 2 Evolución de las importaciones en US\$.



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

La participación de cada línea dentro del sector se muestra en el próximo gráfico, donde se puede observar que los vehículos particulares suman más del 49% del total importado, mientras que las autopartes solo alcanzan un 9% en valores. El restante 42% corresponde a vehículos comerciales, donde sobresalen los destinados al transporte de mercancías.

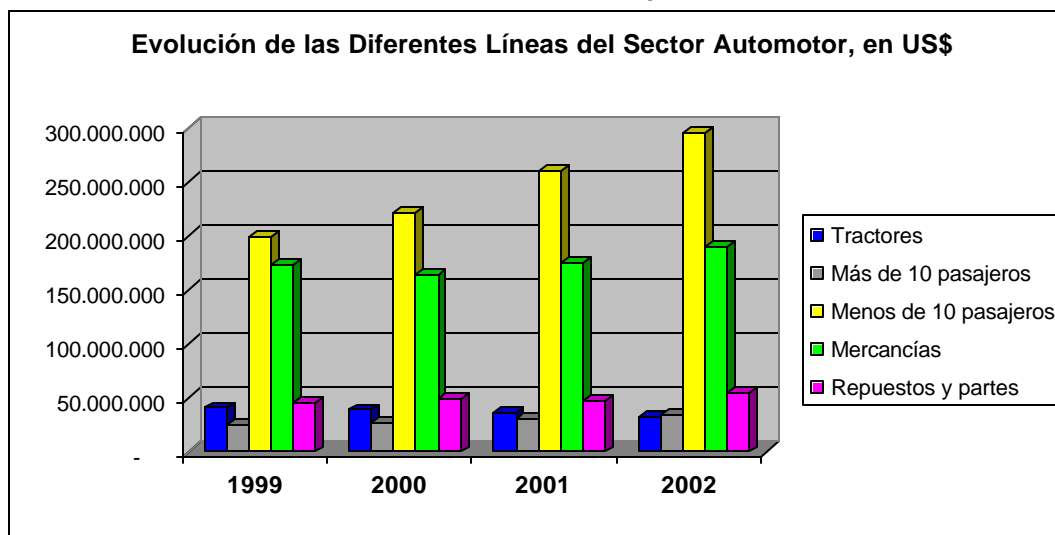
GRAFICA 3 Participación de las Posiciones arancelarias.



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

La importación de vehículos automotores como se puede observar en la siguiente gráfica bajo la leyenda “menos de 10 pasajeros”, es la que lidera el crecimiento del sector en dólares, a pesar que las demás líneas muestran comportamientos igualmente positivos. Aún cuando los automotores comerciales y los repuestos han presentando un crecimiento muy leve. Se prevé que en el futuro se incrementará la importación de repuestos, en la medida en que aumente el parque automotor en el país, ya que habrá más demanda por estas piezas.

GRAFICA.4 Evolución del sector por línea en US\$.



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

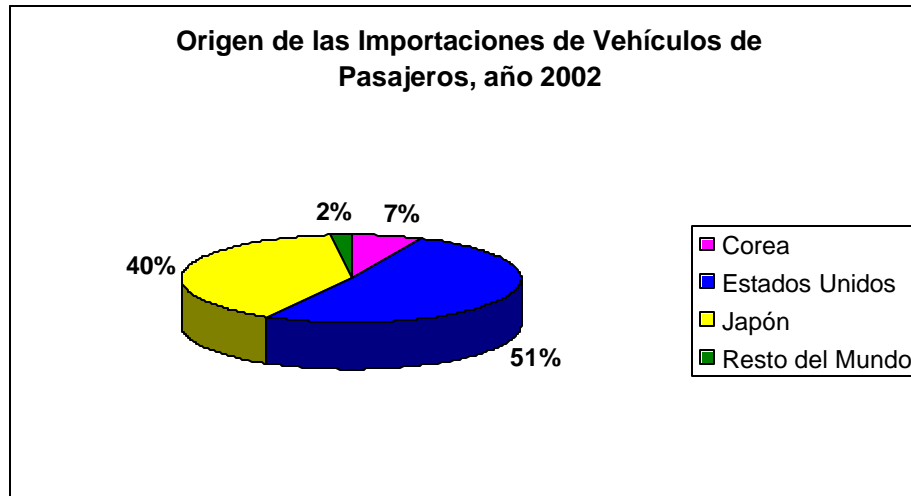
Origen de las Importaciones

Vehículos Comerciales

a) Vehículos para más de 10 pasajeros

Los vehículos de pasajeros que se importan en Guatemala provienen principalmente de Estados Unidos y de Japón. Es importante destacar que la gran mayoría de estas unidades se adquieren usadas, especialmente las procedentes de Norte América. Por la gran adquisición de autobuses usados esta proporción en los orígenes de importación no ha variado a través de los cuatro años estudiados.

GRAFICA 5 Origen de las importaciones de pasajeros, año 2.002

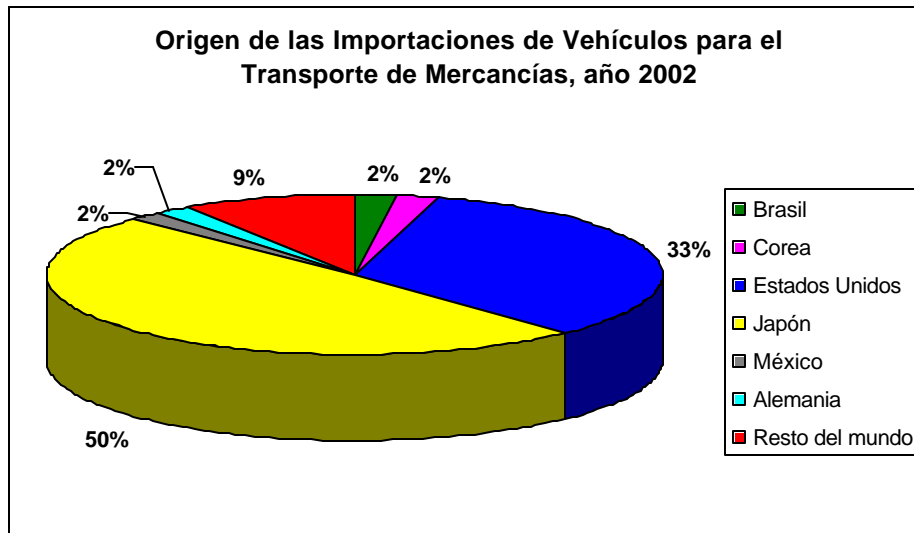


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

b) Mercancías

Los vehículos para el transporte de mercancías son principalmente importados de Japón, seguido por los Estados Unidos. Estos porcentajes han permanecido similares a través de los cuatro años estudiados. Se observa la aparición de Corea como proveedor, principalmente por la marca Kia y se prevé que su participación se incremente. La mayoría de los vehículos comerciales importados desde Estados Unidos son unidades usadas.

GRAFICA 6 Origen de las importaciones Vehículos par el transporte



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

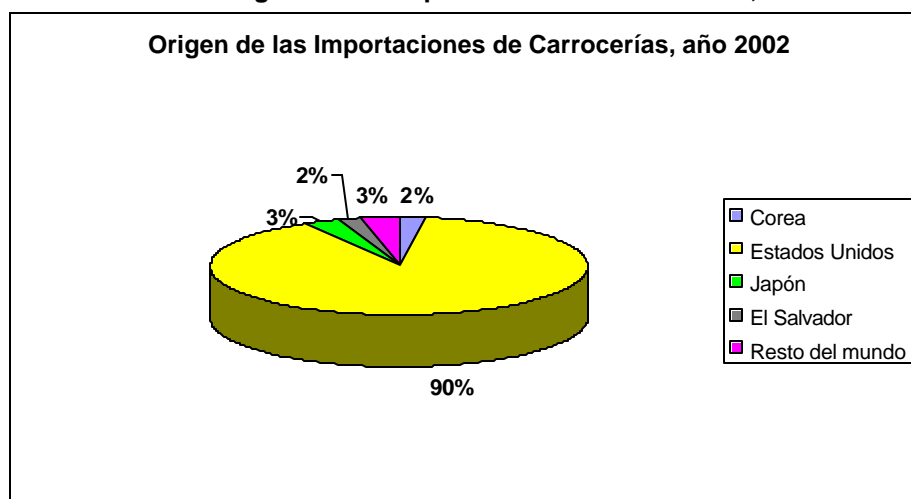
c) Chasis y Carrocerías

En el año 2002, todos los chasis importados provinieron de Estados Unidos; sin embargo, en el pasado los mismos provenían de otros destinos como Japón. El total de chasis importados en el año 2002 fue solamente de US\$ 3,646 mientras que en el año 2001 fue de casi un millón. Esta disminución se debió principalmente a que las empresas importadoras HNO o Mercedes Benz mantuvieron altos inventarios en sus bodegas dejando de realizar importaciones.

Es importante mencionar que los chasis que se importan tienen como objeto la incorporación local de la carrocería, la cual es llevada a cabo por Carrocerías ROSMO, la cual está catalogada como la única empresa en Centroamérica con capacidad para desarrollar éste tipo de actividad. En el capítulo de competencia se profundizará en su caracterización.

En cuanto a carrocerías para autobuses, el país proveedor por excelencia es Estados Unidos, siendo adquiridas por Guatemala ya usadas.

GRAFICA 7 Origen de las importaciones de carrocería, año 2.002



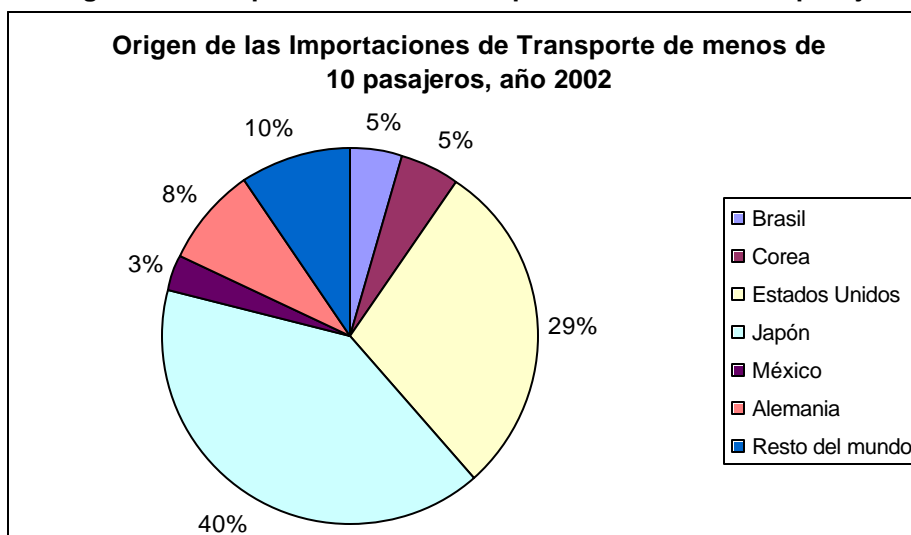
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Vehículos Particulares

a) Vehículos para menos de 10 pasajeros

Los vehículos para uso particular son importados principalmente de Japón con un 40%, seguido por Estados Unidos con 29%. Japón siempre ha sido el principal proveedor de autos particulares en Guatemala, en los 4 años estudiados esta participación no ha variado significativamente. En cambio la participación de Estados Unidos se ha mermado, porque de este país se adquieren principalmente autos usados que son de bajo precio. Corea, en cambio, ha incrementado su participación dada la importación de autos marca Hyundai y Kia.

GRAFICA 8 Origen de las importaciones de transporte de menos de 10 pasajeros , año 2.002

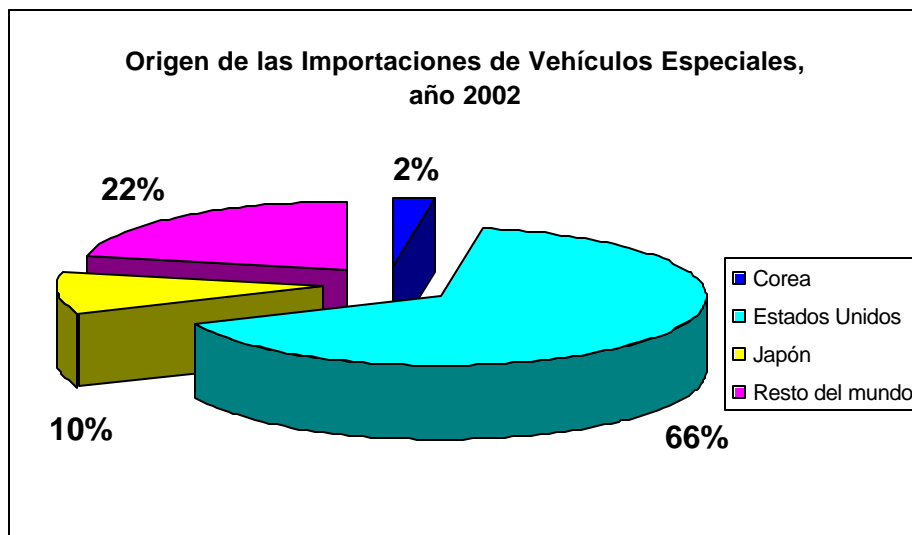


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

b) Vehículos especiales

Los vehículos especiales comprenden los blindados, los carros de bomberos, los tanques militares y otros para uso diferente al transporte de personas y/o de mercancías. La mayoría de estos autos provienen de Estados Unidos y en muchos casos el precio de la declaración es muy inferior al valor real de los mismos ya que obedecen a donaciones.

GRAFICA 9 Origen de las importaciones de Vehículos especiales, año 2.002

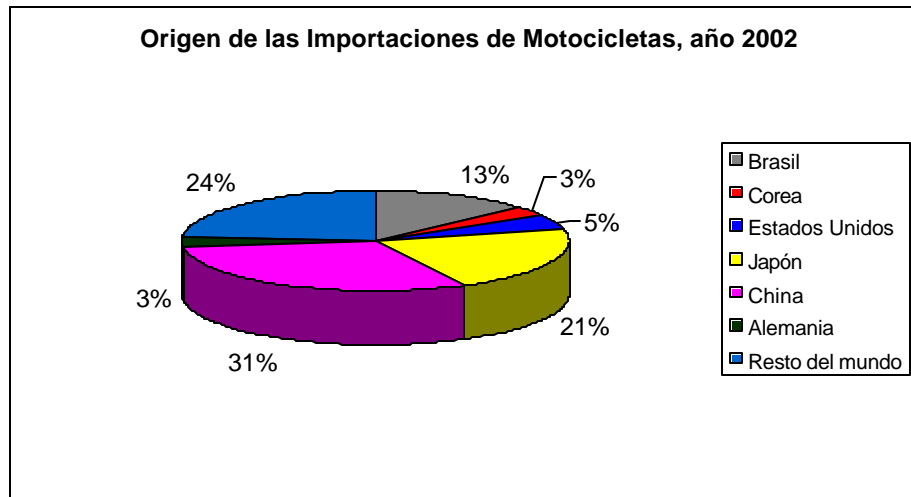


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

c) Motocicletas

El origen de las motocicletas es diferente del resto de automotores, como se observa provienen principalmente de China, seguido por Estados Unidos y Japón en tercer lugar. Esto se debe al bajo precio de las motos chinas, las cuales son vendidas principalmente para servicios de mensajería y motorizados independientes, en cuya decisión de compra prevalece el precio sobre la calidad.

GRAFICA 10 Origen de las importaciones de Vehículos especiales, año 2.002



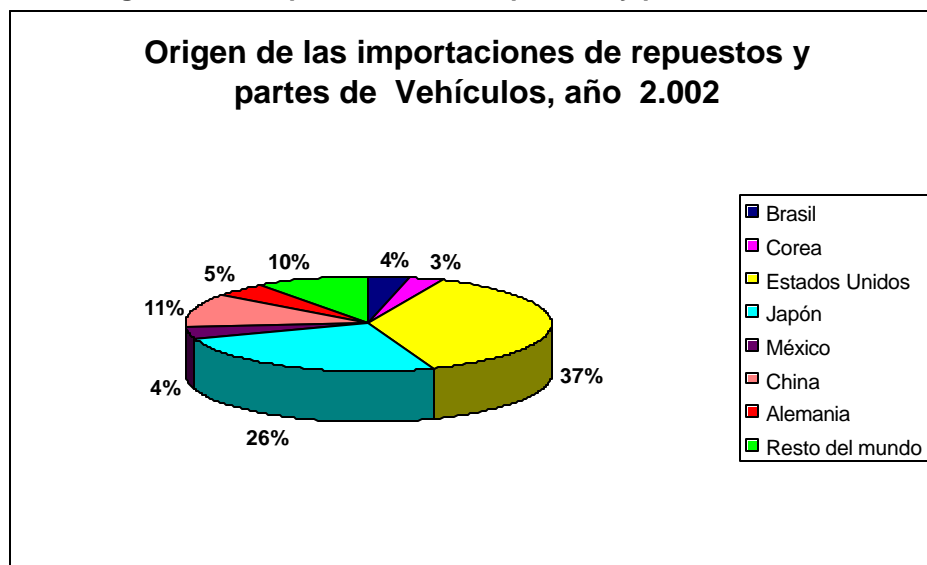
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Repuestos automotrices

Las autopartes para vehículos comerciales y particulares provienen principalmente de Estados Unidos, información confirmada por distribuidores mediante entrevistas a profundidad. El segundo país de donde provienen los repuestos es Japón (26%) y seguido por China (11%).

Debe resaltarse que de China se importan repuestos para vehículos, aún cuando no existen vehículos importados de dicho país.

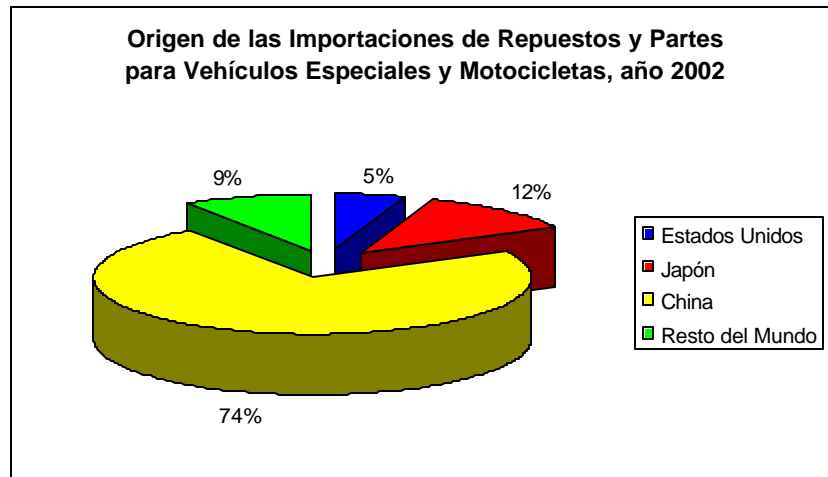
GRAFICA 11 Origen de las importaciones de repuestos y partes de Vehículos, año 2.002



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

El origen de los repuestos para motocicletas concuerda con el país donde mayoritariamente son adquiridas las mismas, China.

GRAFICA 12 Origen de las importaciones de Repuestos y Partes para vehículos especiales y motocicletas año 2.002



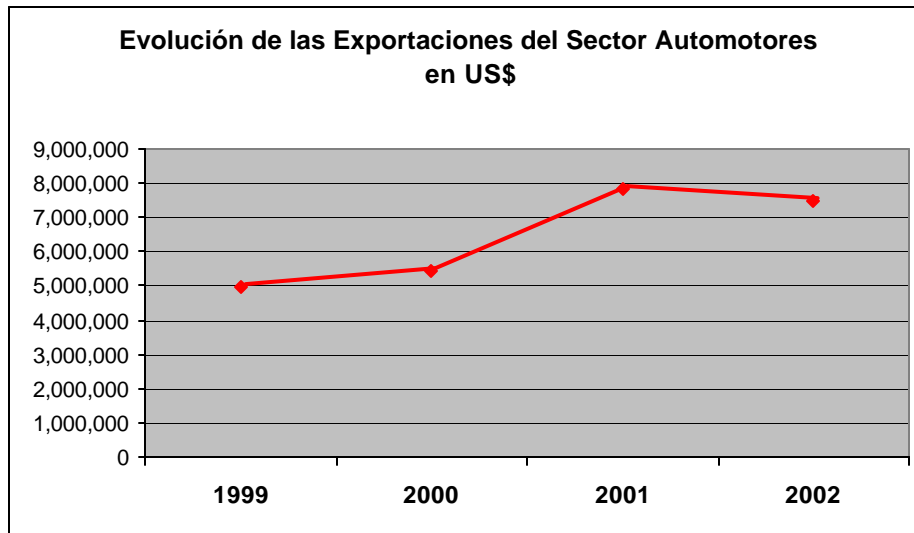
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

A pesar de no ser Estados Unidos el principal proveedor de vehículos para el mercado guatemalteco, si es el principal proveedor de autopartes para el mercado. Esta situación obedece al gran número de vehículos usados importados desde Estados Unidos y al gran mercado de partes que mueve el mercado americano no solamente para su parque automotor sino para satisfacer la demanda de otros mercados con marcas y modelos diferentes a los propios.

2.1.3.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS.

Las exportaciones de Guatemala habían crecido en el año 2001 en más de un 50%, motivado principalmente por la reexportación de vehículos de uso particular, llegando a alcanzar los US\$7.4 millones para el año 2.002.

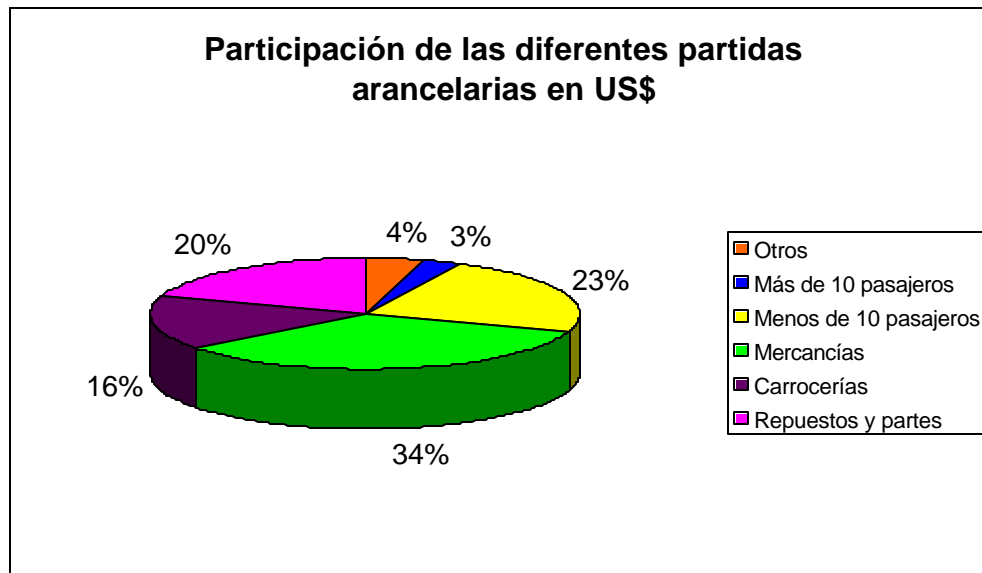
GRAFICA 13 Evolución de las exportaciones del Sector Automotores en US\$



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

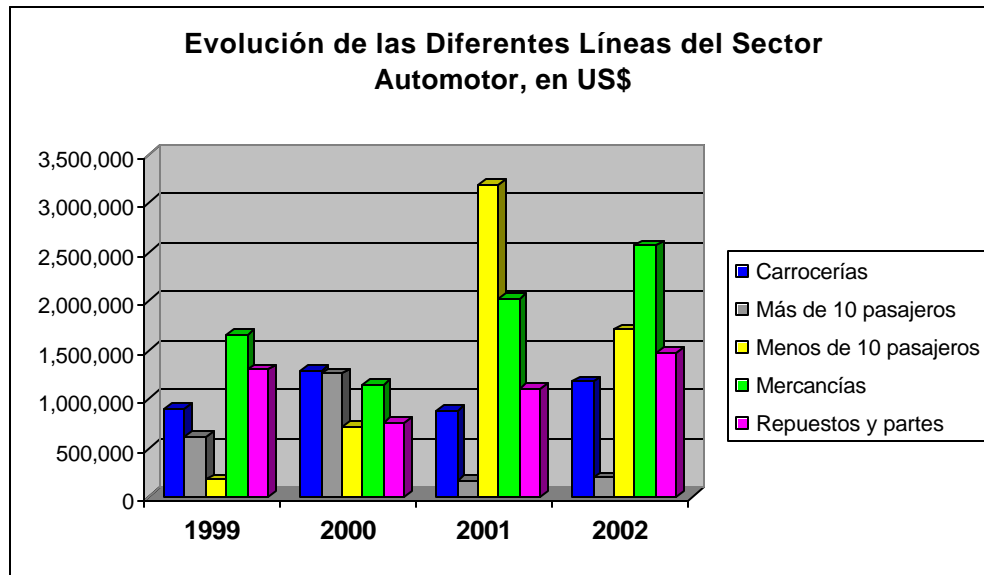
En el siguiente gráfico se muestra como se componen las exportaciones guatemaltecas de automotores. Debe resaltarse que muchas de estas exportaciones corresponden a vehículos de personas o empresas que se trasladan de país dentro de la región o a re-exportaciones que por razones de paso necesitan atravesar Guatemala.

GRAFICA 14 Participación de las diferentes partidas arancelarias en US\$



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

GRAFICA 15 Evolución de las líneas del sector en US\$



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

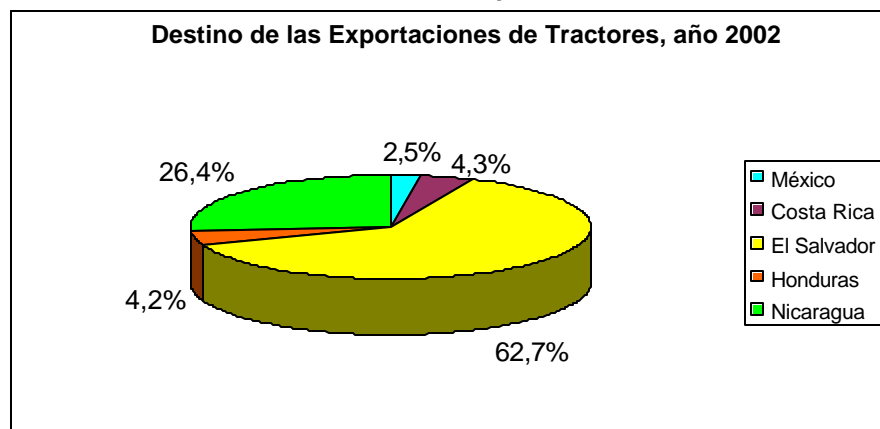
Vehículos Comerciales

Las exportaciones de Vehículos Comerciales desde Guatemala tienen como destino principal los países centroamericanos tales como El Salvador, Nicaragua, Honduras y Costa Rica, ascendiendo a cerca de US\$ 4 millones para el año 2.002.

a) Tractores

Los tractores que se exportan de Guatemala se dirigen en primer lugar a El Salvador, seguido por Nicaragua con 26.4%

GRAFICA.16 Destino de las Exportaciones de tractores

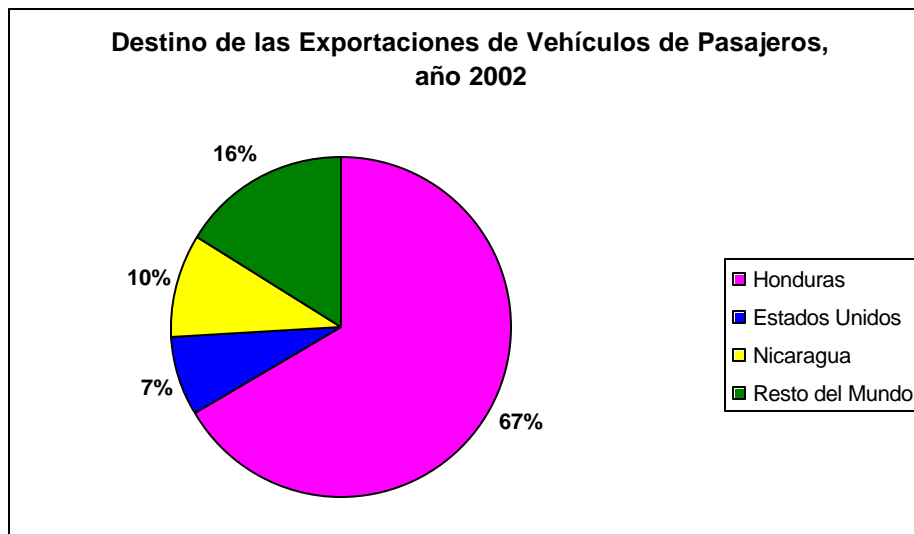


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

b) Vehículos para más de 10 pasajeros

El 67% de los vehículos de transporte de pasajeros que se exportan desde Guatemala tiene como destino Honduras. El Salvador no aparece como destino ya que tiene regulaciones muy estricta en cuanto a la edad máxima de los autobuses que se importan, lo que hace que la flota guatemalteca es muy antigua para dicho país excluyéndolo como destino.

GRAFICA.17 Destino de las Exportaciones de Vehículos de pasajeros.

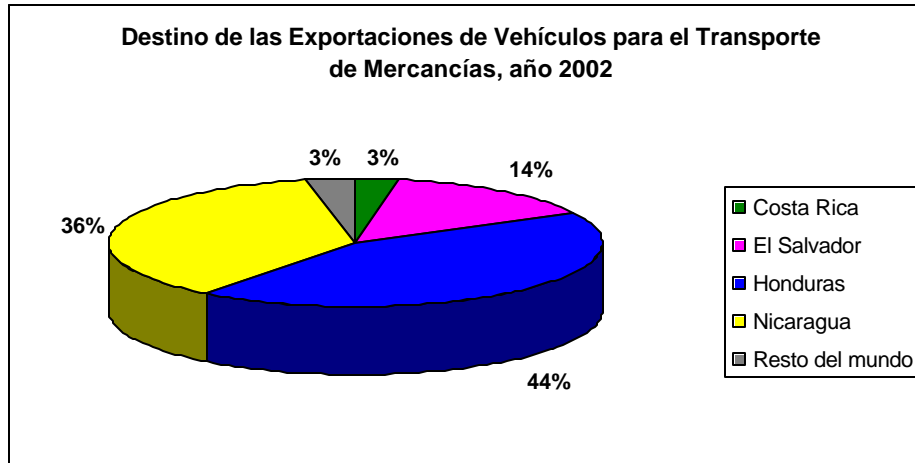


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

c) Transporte de Mercancías

Los vehículos para transporte de mercancías que se exportan desde Guatemala tienen como destino principal Honduras, seguido por Nicaragua.

GRAFICA.18 Destino de las Exportaciones de Vehículos para el transporte de mercancías

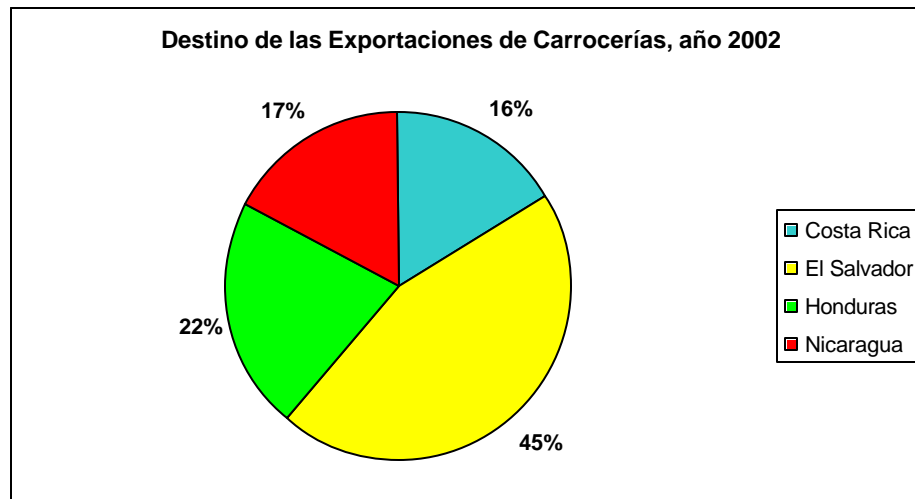


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

d) Chasis y Carrocerías

El 99% de las exportaciones de chasis tienen como destino Honduras. Las carrocerías van principalmente a El Salvador en un 45%.⁵

GRAFICA.19 Destino de las Exportaciones de Carrocerías



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Vehículos Particulares

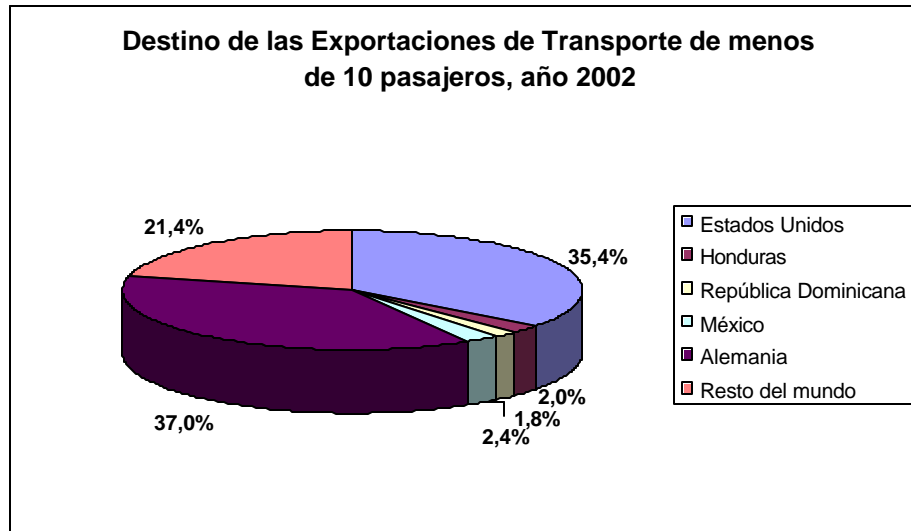
⁵ Información fue confirmada por la empresa Carrocerías ROSMO.

El valor de las exportaciones para este subsector para el año 2.002 fue de US\$1.8 millones.

a) Vehículos para menos de 10 pasajeros

Los vehículos de uso particular que son exportados desde Guatemala van principalmente a Alemania, seguido por Estados Unidos. No se logró establecer claramente el por qué de esta situación.

GRAFICA.20 Destino de las Exportaciones de Transporte de menos de 10 pasajeros.

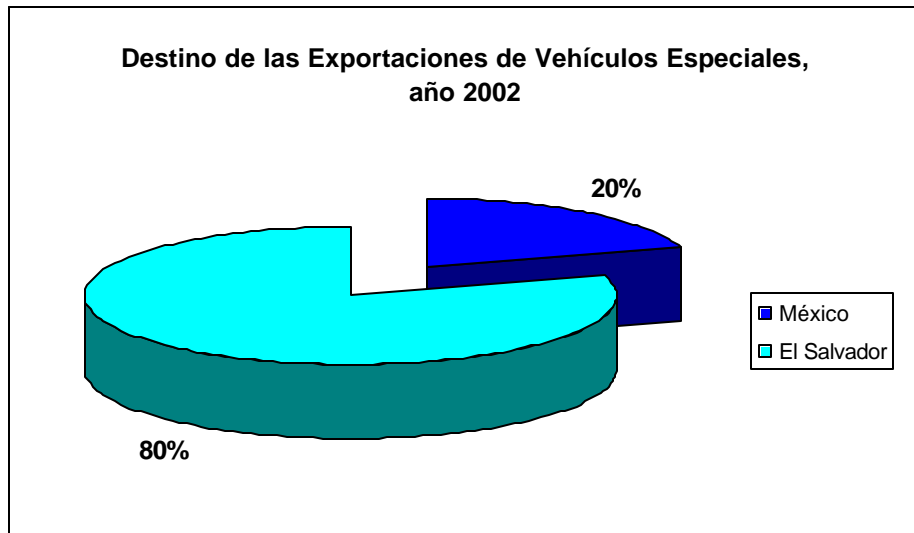


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

b) Vehículos Especiales

Esta línea se refiere principalmente a vehículos blindados. En el año 2002 los mismos fueron exportados únicamente a México y a El Salvador, aunque en los últimos cuatro años se han realizado exportaciones también a Costa Rica.

GRAFICA 21 Destino de las Exportaciones de Vehículos especiales.

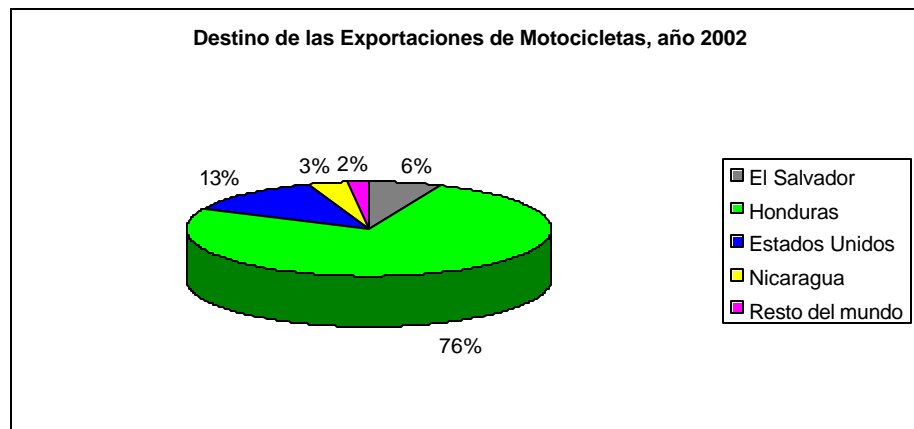


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

c) Motocicletas

Las motocicletas que se exportan desde Guatemala van a Honduras, lo cual se ha mantenido a través de los cuatro años estudiado.

GRAFICA.22 Destino de las Exportaciones de Motocicletas, año 2002.



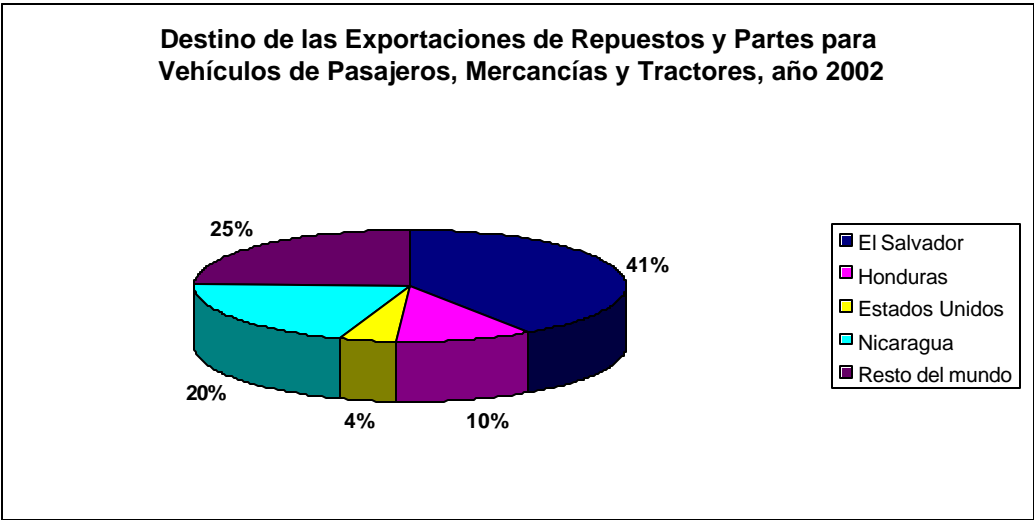
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Repuestos y Partes

El monto exportado desde Guatemala en el año 2.002 a diferentes países fue de US\$1.478.764.

Los repuestos para vehículos particulares y comerciales que se exportan desde Guatemala van dirigidos a El Salvador en un 41%, a Nicaragua en un 20% y a Honduras en un 10%.

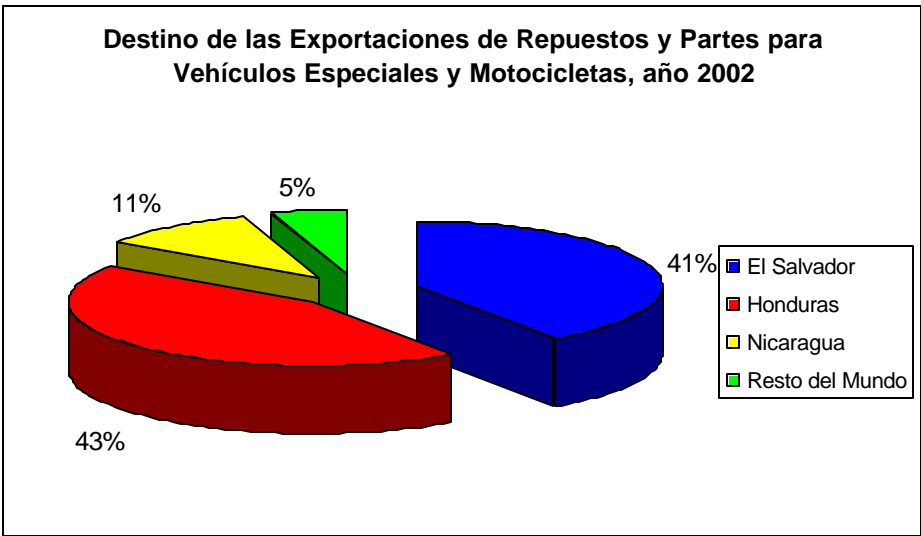
GRAFICA 23 Destino de las Exportaciones de Repuestos y partes, año 2002.



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

La exportación de repuestos para motocicletas coincide con las exportaciones de todo el sector en cuanto a los destinos se refiere, siendo los principales El Salvador, Honduras y Nicaragua.

GRAFICA.24 Destino de las Exportaciones de Repuestos y partes, año 2002.



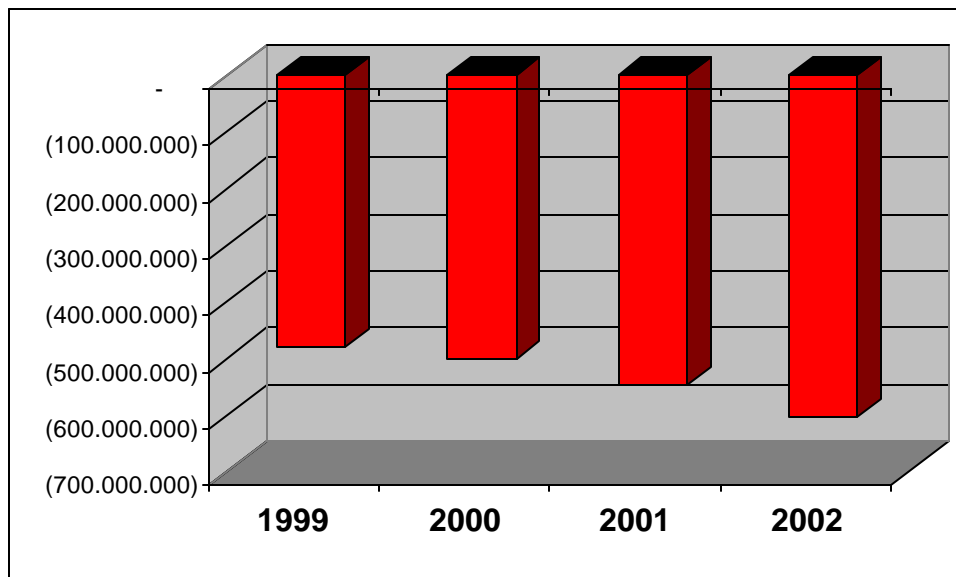
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Es importante aclarar que la gran mayoría de exportaciones desde Guatemala corresponden a reexportaciones o a exportaciones de productos usados, los cuales tienen aceptación en otros países de la región centroamericana, restringiéndose en su mayoría a ésta región geográfica.

2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial de Guatemala en el sector automotor es negativa en todas las partidas arancelarias investigadas. Este comportamiento se repitió a lo largo de los cuatro años estudiados (1999 a 2002).

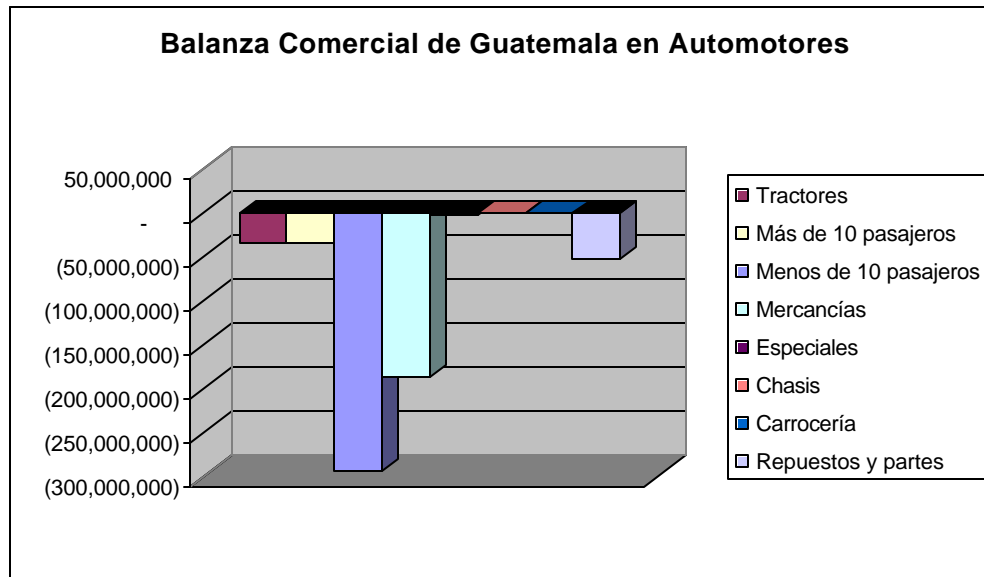
GRAFICA 25 Balanza Comercial de Automotores de Guatemala, año 1999 hasta 2002, en US\$



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

El escaso desarrollo industrial y manufacturero guatemalteco en la gran mayoría de partidas arancelarias del sector, conlleva a que la balanza comercial sea negativa en su tendencia.

GRAFICA. 26 Balanza Comercial de Automotores por subsector en US\$, 2002



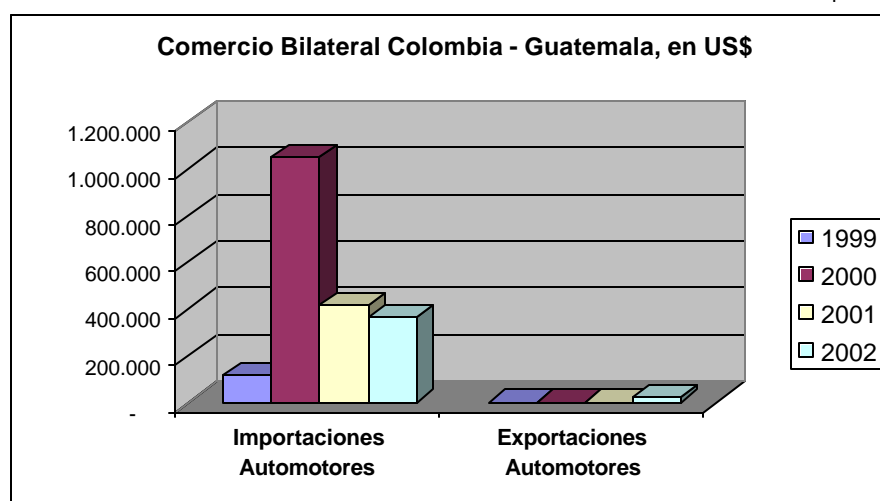
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – GUATEMALA

En el siguiente gráfico se muestra la evolución del comercio bilateral de productos del sector Automotor entre Guatemala y Colombia. Se puede observar como siempre las importaciones de productos colombianos hacia Guatemala han sido superiores a las exportaciones de Guatemala hacia Colombia.

Desde 1999 hasta el 2001 no se registraron exportaciones. Solo hasta el 2002 éstas presentaron movimientos de tan solo US\$26,510, monto que corresponde en un 84% a la exportación de vehículos para el transporte de menos de 10 pasajeros y el 16% restante a repuestos.

GRAFICA 27 Comercio Bilateral Colombia-Guatemala en US\$



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

El propósito de incluir la siguiente tabla es mostrar como se componen las importaciones de productos colombianos del sector Automotor. El 74% corresponde a repuestos y partes. Además se observa como esta línea ha tenido un crecimiento constante a través de los cuatro años que se presentan.

Tabla 4. Importaciones desde Colombia 2002 EN US\$

	Importaciones desde Colombia			
	1999	2000	2001	2002
Tractores	-	-	-	74,060
Menos de 10 pasajeros	6,755	-	24,648	21,582
Transporte de Mercancías	-	892,782	268,453	-
Motos	-	9,195	3,411	-
Repuestos	107,655	146,714	121,136	268,300
TOTAL	114,41	1048,691	417,648	363,942

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

2.2. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA.

Se estima que en Guatemala cerca del 40% de la población tiene capacidad de tener vehículo propio. Este 40% considera un porcentaje de la clase media y la mayoría de la población perteneciente a los estratos socioeconómicos medio alto y alto.

En Guatemala, la gran mayoría de vehículos son adquiridos en la capital, teniendo las autopartes similar comportamiento.

En la clase socioeconómica Alta, que corresponde al 7% de la población total, se poseen más 2 automóviles por núcleo familiar, siendo estos en su mayoría de precio alto y de modelos recientes.

En la clase Media Alta, que corresponde al 11% de la población guatemalteca, se poseen en su mayoría 2 vehículos pero no necesariamente de modelos recientes.

El 28% de la población de Guatemala hace parte del estrato socio económico medio bajo y normalmente tienen 1 solo vehículo de modelos poco recientes.

El resto de la población, o sea el equivalente al 54% de la población solamente algunas familias poseen carro familiar de modelos de más de 10 años de uso.

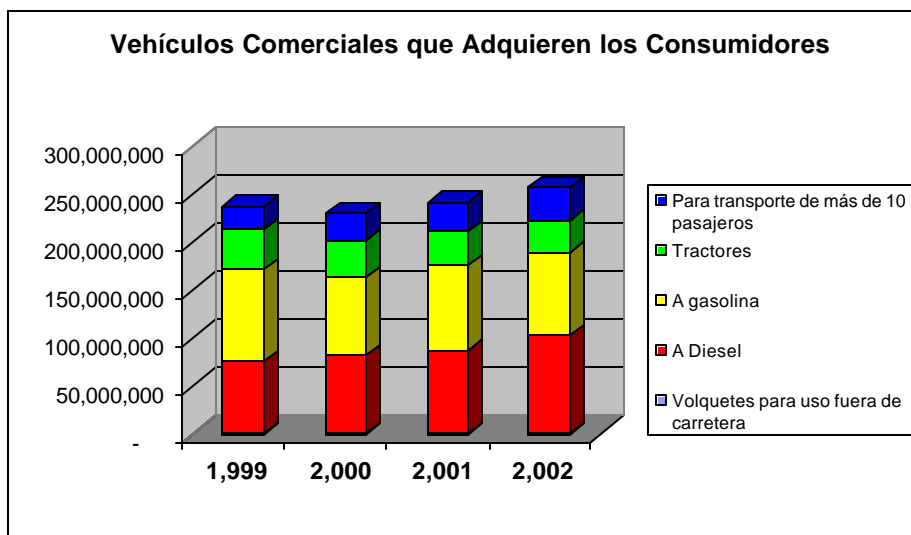
2.2.1. Vehículos Comerciales

En la siguiente gráfica se puede observar como crece la preferencia de los consumidores por vehículos comerciales de combustible Diesel. Este comportamiento se debe a que en Guatemala, el costo de la gasolina es sumamente alto (US\$2,00 por galón), lo que hace que los que utilizan los vehículos para trabajar prefieran vehículos con motor Diesel. Este combustible cuesta US\$1.20 por galón y se dice rinde más kilómetros por galón.

Existen dos tipos de compradores de vehículos comerciales, los corporativos y los independientes, quienes utilizan su vehículo para el negocio familiar o para hacer fletes o transportes. Por su parte, las agencias de carga contratan la mayoría del transporte con personas naturales quienes alquilan los camiones incluidos los conductores para el transporte de mercancía, eliminando así la responsabilidad de la operación de los camiones.

Contando con información del Registro de la Propiedad, se pudo establecer que no se registran prendas sobre camiones, lo cual indica que la mayoría se venden de contado. Por lo tanto estos consumidores no son significativamente sensibles a las alternativas de financiamiento que otorguen los bancos o las financieras. Una de las razones para éste fenómeno es que la mayoría de los compradores no poseen ingresos continuos o empleos fijos, lo que los hace difícilmente elegibles para obtener un financiamiento bancario.

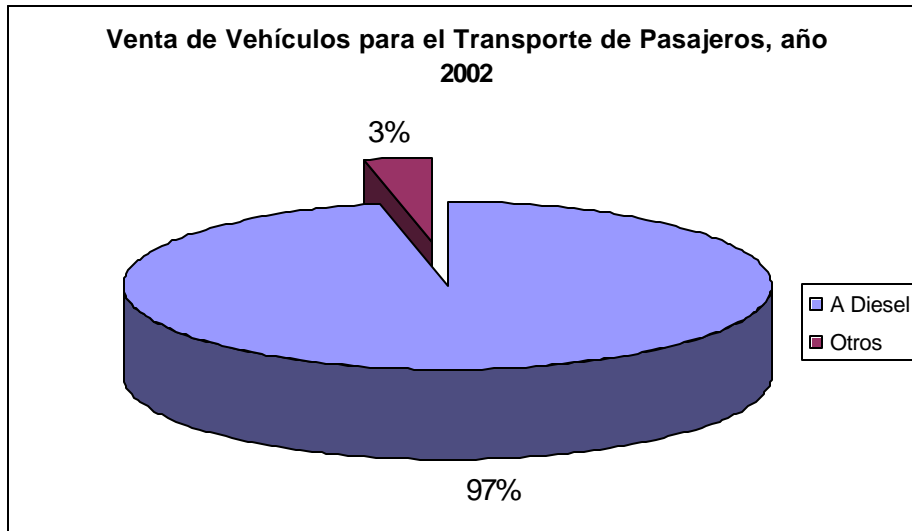
GRAFICA .28 Tipo de Vehículo que adquieren los consumidores Guatemala



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

El estudio del tipo de transporte de pasajero que se vende en el mercado permite ver la clara preferencia por las unidades a diesel.

GRAFICA 29 Tipo de Vehículo vendidos para pasajeros año 2002



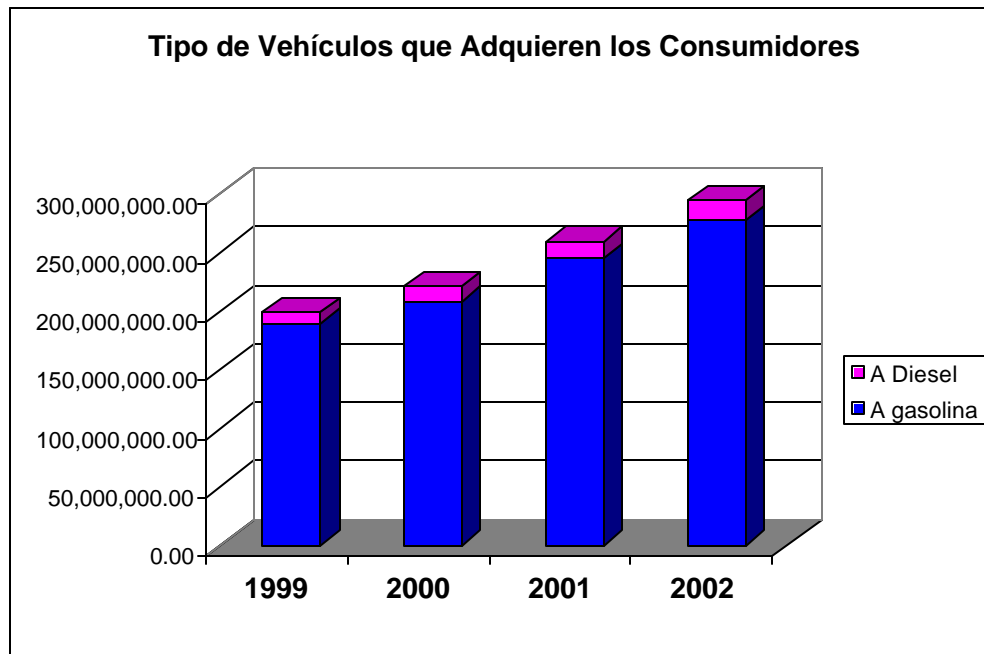
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

2.2.2. Vehículos Particulares

En los vehículos particulares, contrario a los comerciales, el consumidor prefiere los que son a gasolina. De entrevistas a clientes en puntos de venta se determinó que poseen temor por la disponibilidad a futuro de los repuestos para unidades diesel. Los vehículos

Diesel que se venden con mayor facilidad corresponden a líneas como los 4x4 y algunas VAN.

GRAFICA 30 Tipo de Vehículo adquirido por los consumidores

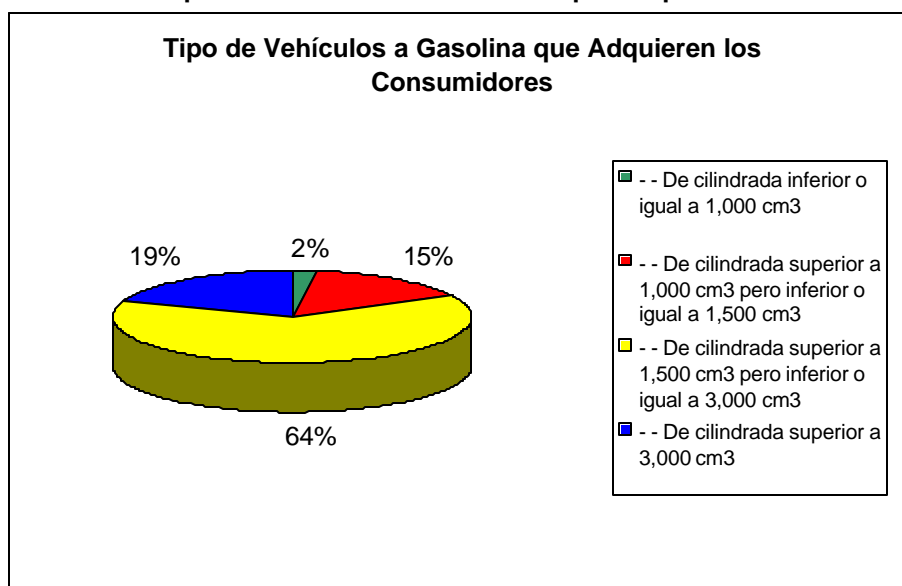


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Entre los vehículos a gasolina que se venden en el mercado predominan los de cilindrada entre 1500 y 3000. Esto incluye los compactos y algunos semi-camionetas o familiares de tres filas como Chevrolet Safira o Kia Carens, conocidos en el mercado guatemaltecos como camionetillas.

Los vehículos compactos que se venden normalmente son a crédito, de hasta 60 cuotas, lo que ha contribuido a la expansión del mercado. El comprador de estos autos busca economía en el consumo de gasolina, espacio para 5 pasajeros, aire acondicionado, y durabilidad del carro (que corresponda al menos con el plazo del préstamo).

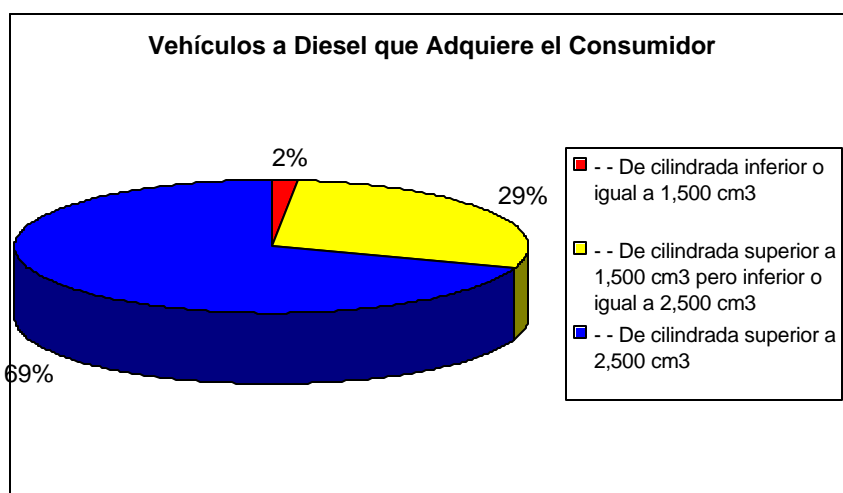
GRAFICA 31 Tipo de Vehículo a Gasolina adquirido por los consumidores



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Los vehículos a diesel que se venden en el mercado son normalmente de cilindrada mayor a 2,500 cm³. Esto corresponde a camionetas 4x4 y pick-ups principalmente.

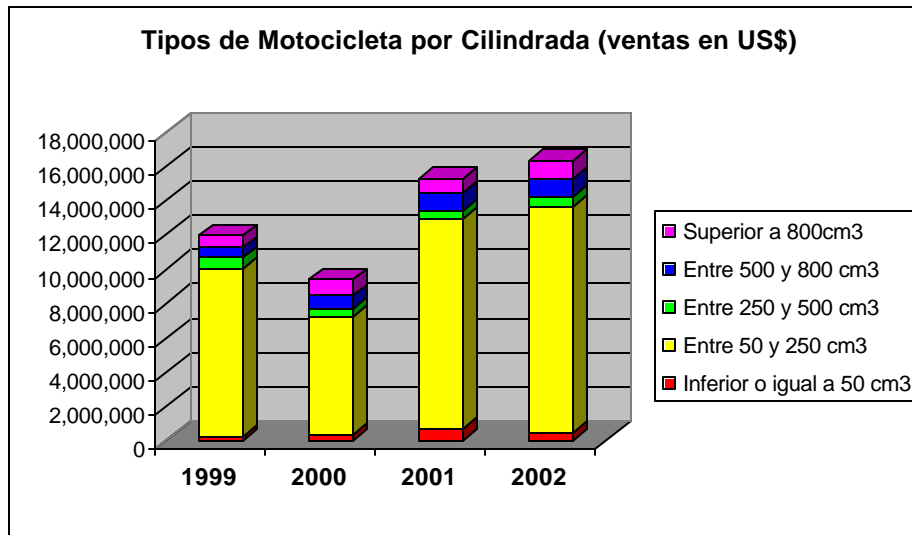
GRAFICA 32 Tipo de Vehículo a Gasolina adquirido por los consumidores



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Las motocicletas son utilizadas principalmente por mensajeros o personas de la clase socioeconómica D. Como se observa en el siguiente gráfico las motos que se venden en el país son de bajo cilindraje, entre 50 y 250 cm³.

GRAFICA 33 Tipo de Motocicleta por cilindrare



2.2.3. Repuestos y Autopartes

El 50% de las líneas que se demandan son de origen japonés para marcas como Toyota, Nissan, Hino, Isuzu y Mazda en su orden.

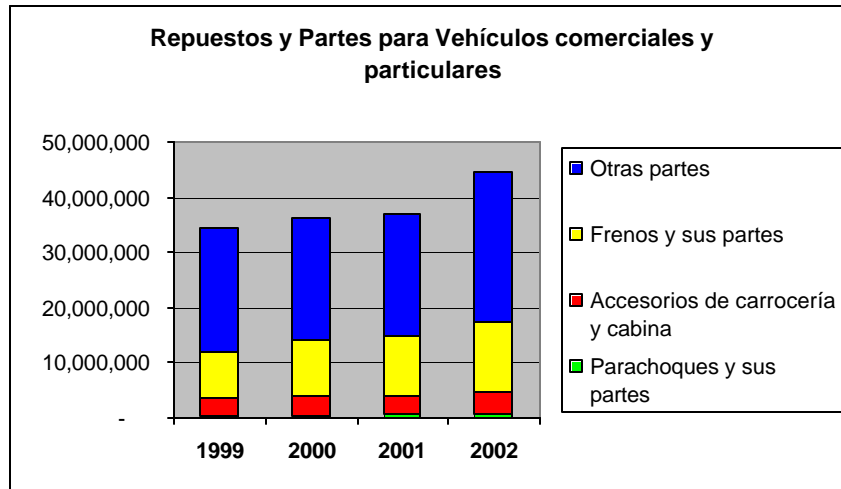
A pesar de ser las marcas más buscadas, no necesariamente son las más compradas debido a su diferencial de precio versus productos desarrollados fuera de las casas matrices. La intención habitual del cliente es cotizar el valor de los repuestos originales y los no originales para determinar si el diferencial es tan pequeño que justifica el pago de un mayor valor por colocar una pieza original o no, dando como resultado que la diferencia generalmente es tan amplia, que el comprador opta por autopartes no originales.

Los repuestos tienen diferentes países de origen como se presentó en el punto de origen de las importaciones; sin embargo, los clientes prefieren abstenerse de adquirir repuestos mexicanos, a pesar que en la mayoría de los casos éstos no llegan a conocer el verdadero origen de los mismos. En el pasado, ha habido muchas quejas por la calidad con los repuestos de este país, generándose un malestar general entre la población.

La mayoría de los repuestos que se venden (un 80% aproximadamente) corresponden a repuestos para vehículos del año 1980 a la fecha. Ocasionalmente se solicitan repuestos para vehículos de los 70's especialmente en el caso de transporte de pasajeros, línea que requiere generalmente de autopartes importadas de Estados Unidos dado el origen de los autobuses.

Autorepuestos para vehículos Comerciales y Particulares

GRAFICA 34. Repuestos y Partes para vehículos comerciales y particulares.



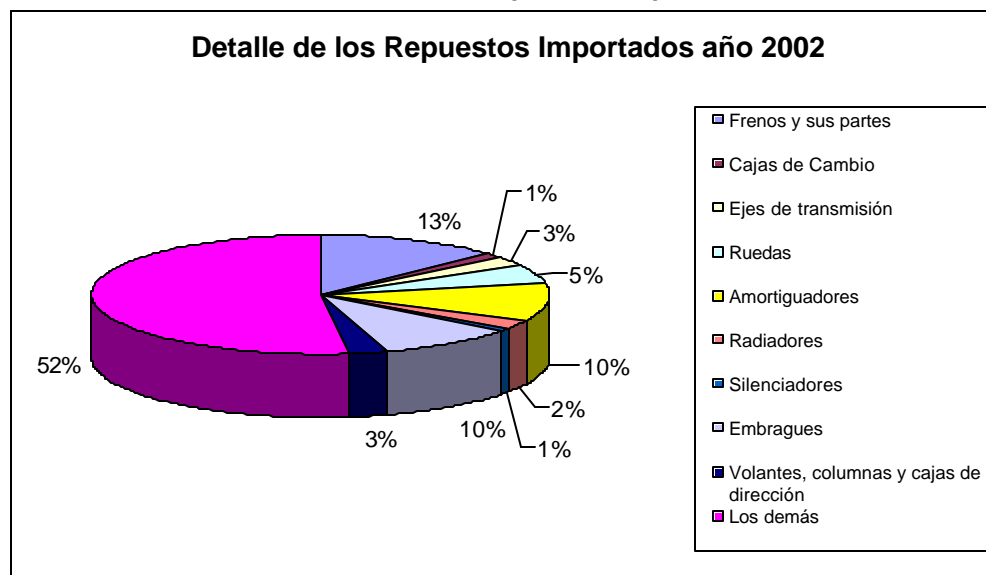
FUENTE: Elaborado por el grupo Consultor a partir de Sieca.

De acuerdo a los principales distribuidores, los repuestos para motores, frenos y suspensión ascienden normalmente al 80% de las ventas de los minoristas. En el siguiente gráfico se puede observar como el 13% de lo importado en el 2002 correspondió frenos, el 10% a amortiguadores y otro 10% a embragues. Lamentablemente, las partidas arancelarias existentes no permiten ver más detalle pero en cierta medida se confirma la hipótesis con la información de campo.

Para el caso de frenos, el proveedor habitual y el preferido es Estados Unidos. Sin embargo, el producto colombiano se estuvo comercializando en Guatemala durante un par de años en el pasado, rompiéndose las relaciones comerciales algunas veces debido a la inconveniencia del precio y en otras ocasiones debido a que el proveedor rompió el contacto. Igualmente, el producto colombiano goza de buena reputación en el mercado guatemalteco debido a sus altos estándares de calidad, perdiendo aceptación principalmente por su diferencial de precio versus los productos asiáticos.

México durante un largo periodo de tiempo fue proveedor de autopartes para el mercado centroamericano; sin embargo, debido a la mala calidad de los productos México fue disminuyendo progresivamente sus exportaciones a Guatemala siendo reemplazado por Estados Unidos y algunos países asiáticos.

GRAFICA 35. Detalle de los repuestos importados año 2.002



FUENTE: Elaborado por el grupo Consultor a partir de Sieca.

Entre un 75 y un 95% de los minoristas mantienen inventario de los siguientes repuestos:

- Aceites
- Filtros
- Cables
- Condensadores
- Fajas
- Bombillas
- Platinos
- Switch

Entre un 50 y un 75% poseen en inventario los siguientes artículos:

- Empaque para motor
- Mangueras
- Fusibles
- Empaque para frenos
- Cojinetes
- Retenedores
- Lámparas
- Parches y pegamentos
- Cables para candelas

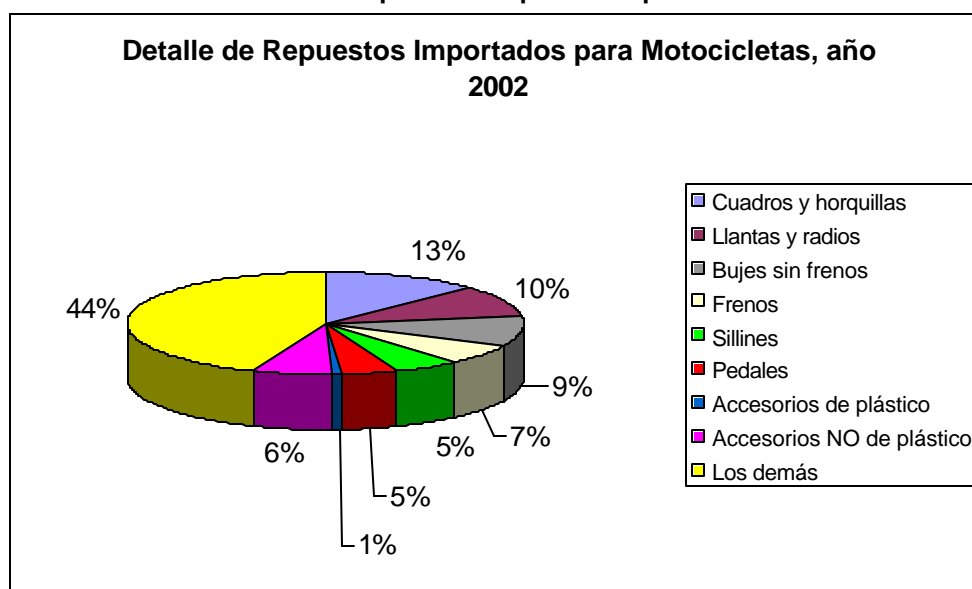
Entre el 25 y 50% de los detallistas tienen los siguientes productos:

- Tornillos
- Cables para clutch y acelerador
- Llaves
- Bombas para frenos
- Piezas para carrocería
- Anillos y pistones
- Partes para dirección

Lo anterior evidencia la importancia en la labor de los mayoristas de mantener niveles de inventario para satisfacer inmediatamente la demanda de los minoristas, pues éstos frecuentemente adquieren el producto bajo pedido del cliente/consumidor.

Autorepuestos para Motocicletas

GRAFICA 36. Detalle de los repuestos importados para motocicletas año 2.002



FUENTE: Elaborado por el grupo Consultor a partir de Sieca.

2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

Vehículos Comerciales y Particulares:

Independientemente del tipo de vehículo, sea comercial o particular, se identificaron varias características del comportamiento de los compradores:

- El comprador durante el proceso de conocimiento y cotización de las alternativas posibles acude solo al punto de venta; sin embargo, en el momento de tomar la decisión y cerrar la negociación, éstos acuden en compañía de familiares o amigos dependiendo de su situación familiar. En compra institucional, se pide cotizaciones

por teléfono e información adicional para posteriormente visitar las diferentes alternativas y poder tomar una decisión acorde con las necesidades y el presupuesto corporativo.

- Las compras son realizadas en más de un 80% por hombres, quines colocan a nombre propio la propiedad del vehículo aun si se trata del auto para uso familiar. Importante saber que en Guatemala la mayoría de las mujeres de clases socioeconómicas AB y C1 no laboran.
- Preferencia marcada por las marcas japonesas, especialmente por Toyota.
- No hay confianza en los vehículos ensamblados en México.
- Los consumidores buscan información y comparan precios antes de realizar la compra.
- Son importantes los accesorios como factores decisores de compra. Los más utilizados son radio con CD de carátula desprendible, alfombras, películas polarizadas para los vidrios y aire acondicionado.
- Es un producto muy sensible a promociones y a las facilidades de financiamiento, especialmente los compactos
- La mayoría de las camionetas de ciudad como Pick-Ups son en su mayoría adquiridas de contado.
- Las preferencias en tipo de vehículo se inclina hacia camionetas tipo Mitsubishi Nativa, Toyota Rav, Toyota Prado, Honda CRV, Kia Sportage, etc. Las personas que adquieren otro tipo de auto generalmente son forzadas por el precio ó por la necesidad de mayor espacio familiar.
- Los vehículos particulares que han gran aceptación entre la población son aquellos que cuentan con tres filas de asientos como es el caso de las mini vans. En la actualidad la mayoría de las marcas ofrecen éste tipo de línea debido al auge que las mismas han tenido en el mercado guatemalteco. Esto se debe a que la mayoría de las familias con autos en Guatemala tienen entre 3 y 4 hijos, lo que las convierte en un vehículo atractivo para sus necesidades.

Repuestos

El comportamiento de los clientes para adquirir autopartes depende del tipo de vehículo y del perfil de cada comprador pudiéndolos discriminar de la siguiente forma:

- Las población de clases AyB garantizan la adquisición de repuestos originales llevando sus automóviles a los mismos concesionarios.
- Las clases sociales inferiores confían en el criterio de sus talleres de confianza para colocar repuestos que representen una positiva relación costo-beneficio, a pesar de saber que no se tratará de repuestos originales. En algunos casos los mismos propietarios llevan a cabo la búsqueda y compra de las autopartes de acuerdo a la recomendación de sus mecánicos.
- En el caso de vehículos comerciales, frecuentemente los mismos propietarios son los encargados de cotizar las autopartes necesarias pues son personas que tiene mayor conocimiento de mecánica que los propietarios de vehículos particulares.

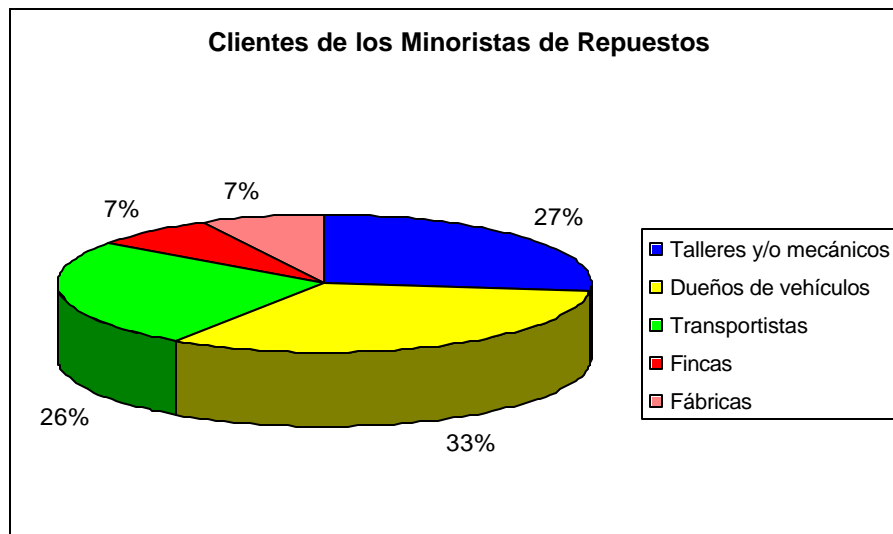
Para el caso de los mecánicos, quienes finalmente son el grueso de los compradores, lo más importante para ellos es la satisfacción de sus clientes, pero también los descuentos

o comisiones otorgadas por los detallistas como premio a su fidelidad. Hay dos aspectos importantes sobre las cuales el mecánico guarda preferencias:

- Productos de buena calidad y buenos precios, lo cual garantiza la fidelidad de sus propios clientes.
- Acudir a almacenes que le provean la totalidad de las autopartes necesarias para llevar a cabo una reparación. El tener que acudir a diferentes partes en búsqueda de diferentes repuestos hace que busque alternativas diferentes en donde obtenga beneficios personales en dinero y en menor gasto de tiempo.

A continuación se mostrará la participación que tienen los diferentes entes que buscan al canal detallista para comprar los repuestos de acuerdo a sus necesidades.

GRAFICA 37. Clientes de los minoristas



Fuente: "La Determinación de los Canales de Distribución en la Venta de Repuestos Automotrices", tesis realizada por Jorge David Chávez Jerez de la Universidad Mariano Gálvez, 2000

2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES

La barrera de entrada más importante para el caso de vehículos particulares y comerciales es el contrato que los importadores y distribuidores guatemaltecos mantienen con la casa matriz de cada marca⁶. La negociación con los productores establece que el producto (vehículo) será exportado de diferentes fábricas alrededor del mundo de acuerdo a los requisitos del importador. Es decir que de acuerdo a las características de los vehículos en cuanto a línea, motor, caja y accesorios entre otros, el proveedor determinará la parte del mundo en donde se fabrica o se pudiese fabricar ese tipo de vehículo de acuerdo a las líneas de producción, exportándolo de ése país independientemente de los costos de flete involucrados en el despacho, los cuales son asumidos por el consumidor final. Con relación a esto, aún cuando el importador de vehículos nuevos estuviese interesado en

⁶ Información suministrada por Sr. Marco Antonio Roca de Grupo Central Motriz, importadores de Ford, Mitsubishi y Kia.

importar los carros desde Colombia, no podría hacerlo por las restricciones estipuladas en su contrato de distribución. Esto podría cambiar en el caso que los vehículos ensamblados en Colombia y sus costos cumplan con los requisitos de los importadores guatemaltecos.

2.5. Conclusiones de Composición y Características del Mercado

El sector de automotores de Guatemala es de US\$608 millones anuales, de los cuales aproximadamente US\$600.000 corresponden a repuestos elaborados en el país. El resto de los productos son importados, principalmente de Estados Unidos, Japón y China entre otros.

El 31% del mercado corresponde a vehículos Toyota, los cuales aparte de ser los líderes indiscutibles del mercado, gozan de altos niveles de aceptación entre la población no solamente guatemalteca sino centroamericana en general. Por su parte, la línea de mayor atractivo para el consumidor guatemalteco se refiere a las camionetas 4x4, las cuales desafortunadamente por su precio no pueden ser adquiridas por gran parte de la población.

En relación a las condiciones de compra, se puede establecer que cerca del 80% de los créditos para compra de automotores corresponden a vehículos compactos, los cuales son adquiridos por el grueso de la población, población clasificada en los estratos medio alto e inferiores⁷.

Los compradores de repuestos se concentran en un 33% en propietarios, transportistas y mecánicos, lo que refuerza aun más la necesidad del cliente de disminuir sus costos.

En el futuro cercano se espera que el volumen vendido a través de concesionarios aumente debido al crecimiento del parque automotor en cuanto a vehículos nuevos se refiere. La inferencia proviene de la declaración generalizada de la población guatemalteca de tomar la revisión, mantenimiento y reparación de sus automóviles en los mismos concesionarios hasta tanto la garantía no haya expirado. Posterior al vencimiento de la garantía, los consumidores buscan mejores precios en repuestos y servicio por lo que se trasladan ese tipo de servicios a talleres independientes de su confianza.

En cuanto a vehículos nuevos, se espera que el mercado siga creciendo, pero siempre dependerá de las tasas de interés que prevalezcan y de las facilidades en el otorgamiento de crédito que haya en el mercado. Los vehículos más demandados serán los siguientes⁸: compactos, camionetas y vehículos familiares como van y camionetillas, la principal diferencia está en la puerta, las puertas de las camionetillas son como la de los autos comunes, mientras que las de las Van se abren de forma deslizante o corrediza hacia atrás.

⁷ Oficina de Registro de Propiedad de Guatemala

⁸ Vendedores de Toyota, Kia, Mitsubishi.

Para la importación de autobuses nuevos no hay buenas perspectivas ya que los transportistas prefieren adquirir en Estados Unidos unidades usadas a muy bajo precio, no detectándose una regulación que limite esto en el futuro.

3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA

En el mercado guatemalteco existe gran variedad de marcas de automotores, ingresando en el 2003 la marca Jaguar. Las expectativas de venta eran mínimas de acuerdo a su competencia; sin embargo, en menos de un año logró vender cerca de 60 unidades⁹. Esto demuestra que al mercado le gusta la variedad y que está dispuesto a adquirir marcas nuevas, reconfirmándose lo sucedido con marcas como Hyundai y Kia dos años atrás.

Para captar clientes y generar más ventas, los concesionarios ofrecen planes de crédito que incluyen cero enganche o cuota inicial, hasta 60 meses para pagar, tasas de interés bajas y tiempos de aprobación de crédito tan cortos como 30 minutos.

La principal competencia de vehículos nuevos, tanto en las líneas comerciales como particulares, está representada por vehículos usados, los cuales entran al país con bajo arancel. Adicionalmente al bajo arancel, los productos usados son en su mayoría de la marca Toyota y Nissan lo cuales gozan de muy buena aceptación entre la población. La solución que han encontrado los distribuidores son los planes de crédito con facilidades descritas anteriormente.

En términos de inventarios, se determinó que todas las marcas manejan períodos de inventario similares, cerca de 60 días, lo que implica que realizan 6 importaciones anuales. Sin embargo, marcas como Toyota, Mitsubishi y Kia realizaron durante el 2003 cerca de 10 importaciones en promedio. Así mismo, marcas como Land Rover o BMW sólo importan dos veces por año ya que la rotación de sus inventarios es significativamente menor.¹⁰

En términos de autopartes, la oferta es muy variada concentrándose en las marcas de mayor representatividad en el mercado. Usualmente los proveedores cuentan con representantes de sus productos en el mercado, mecanismo por el cual alcanzan óptimos niveles de distribución en el país. Solamente los mayoristas en Guatemala mantienen inventarios de algunas piezas de baja rotación pues sus estabilidad financiera se los permite; sin embargo, las piezas de baja rotación frecuentemente tienen que ser adquiridas en los concesionarios debido a que ni los mayoristas ni los detallistas están en capacidad ni disposición de manejar éste tipo de productos, limitándose estrictamente a aquellos productos que garanticen buenos niveles de rotación. En conclusión, posterior a la finalización de la garantía, la única manera de adquirir repuestos originales es viéndose forzados por el no manejo de ciertas referencias por parte de mayoristas y detallistas cuyos productos son generalmente NO originales.

⁹ Estadísticas de Importaciones en unidades por marca, año 2003

¹⁰ Información suministrada por personal de Cofiño Stahl (importadores de Toyota y Fiat, entre otras) y de Grupo Central Motriz (Kia, Mitsubishi y Ford)

3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL LAS PLANTAS PRODUCTIVAS DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS

La ubicación de las plantas productivas del sector automotor es realmente disperso debido a que dependiendo de las características del vehículo, las marcas determinan de donde deben ser exportadas las unidades. En la siguiente tabla se detallan las posiciones geográficas de cada una de las marcas comercializadas en Guatemala.

En el caso de repuestos, existen productos que carecen de marca suponiéndose son de origen chino que entran por países como Panamá y muy seguramente como producto panameño para evitar el pago de aranceles.

Los repuestos se podrían agrupar en tres grandes grupos:

- Repuestos originales que llevan la misma marca del vehículo o que corresponden a las mismas marcas con las que vienen ensamblados los vehículos originalmente. Estos son comercializados por establecimientos autorizados o por los mismos concesionarios quienes simultáneamente garantizan la proveeduría de cualquier repuesto APRA los automóviles que comercializan.
- Repuestos reconocidos mundialmente por su amplia cobertura en diversos países las cuales incluyen marcas como Monroe, Wagner, Bendix, Autolite, Fel-Pro, Dana, Gates y Daikin Clutch entre otros, marcas que en sus distintas referencias satisfacen las necesidades de diferentes marcas y líneas de vehículos.
- Repuestos de marcas desconocidas mundialmente y obviamente para el mercado guatemalteco. Estas marcas generalmente provienen de países asiáticos y de otros países con marcas propias pero que igualmente son desconocidas para la población en general.

Tabla 5. Distribución Geográfica de las Plantas Productivas de Automotores

TIPO	Marca	Origen
COMERCIALES	Mercedes Benz	Alemania
	Kia	Corea
	Kenworth	Estados Unidos
	Mack	Estados Unidos
	Alfa Romeo	Italia
	Hino	Japón
	Isuzu	Japón
	Nissan	Japón
PARTICULARES		
	Audi	Alemania
	BMW	Alemania

	Mercedes Benz	Alemania
	Volkswagen	Alemania / México / Brasil
	Hyundai	Corea
	Kia	Corea
	Cadillac	Estados Unidos
	Chevrolet	Estados Unidos
	General Motors	Estados Unidos
	Jeep	Estados Unidos
	Pontiac	Estados Unidos
	Porsche	Estados Unidos
	Peugeot	Francia
	Seat	Francia
	Jaguar	Inglaterra
	Land Rover	Inglaterra
	Fiat	Italia / Brasil
	Daihatsu	Japón
	Honda	Japón
	Isuzu	Japón
	Mazda	Japón
	Mitsubishi	Japón
	Nissan	Japón
	Subaru	Japón
	Suzuki	Japón
	Toyota	Japón / Estados Unidos
	Volvo	

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información recolectada en el campo

3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

CARROCERIAS ROSMOS

En vehículos comerciales, el único fabricante importante de carrocerías que existe en Guatemala es Carrocerías ROSMO. Empresa fundada hace más de 80 años, vende en la actualidad cerca US\$5,400,000 anuales, con un promedio de 360 unidades al año, las cuales son comercializadas de forma directa. Los productos que ofrece son carrocerías

para buses marca Mirage y Corcord y para furgones sin marca específica. Estos productos son normalmente diseñados al gusto del cliente.

Bus Mirage producido por carrocería Rosmo



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Bus Concord producido por carrocería Rosmo



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Micro 2.000 bus escolar producido por carrocería Rosmo

Micro 2000



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Cuenta con dos plantas productivas: una en Amatitlán a pocos kilómetros de la ciudad capital y otra en Quetzaltenango, la segunda ciudad del país en términos poblacionales. A nivel de generación de empleo, Rosmo cuenta con 200 puestos de trabajo entre el área productiva y administrativa.

En ambas plantas, la empresa cuenta con líneas de producción de carrocería para buses, para vehículos de transporte de mercancía y furgones adaptados. Entre sus principales clientes se encuentra BIMBO, a quien le fabrica todos sus camiones de reparto. Sin embargo, se han especializado en la elaboración de carrocerías para buses, la mayoría de los cuales actualmente son contruidos sobre chasis de más de 10 años de antigüedad, los cuales son importados desde Estados Unidos a muy bajo precio. Luego de colocarles carrocería e interiores nuevos, estas unidades sirven para transporte de turismo o transporte urbano cobrando las tarifas más altas permitidas.

De acuerdo al propietario de la empresa, lo que les otorga ventaja en el mercado es principalmente el poseer más de 80 años de experiencia y el contar con un área de diseño que les permite adaptarse a los requerimientos de los clientes. Reconocen que en precio no son competitivos ya que han surgido otros fabricantes de furgones, todos de modo artesanal que hacen el trabajo en ocasiones por un 50% menos, pero la calidad y los acabados no son comparables. El otro punto que les brinda ventaja es que luego de elaborado el diseño, el cliente puede ir a la planta cuando lo desee para observar la evolución del trabajo. Sin embargo mencionó que menos del 5% de los clientes realiza este tipo de visitas.

RESORTES QUICHÉ S.A.

Es una empresa de capital guatemalteco, fundada hace más de 15 años y ubicada en Quetzaltenango, la segunda ciudad de Guatemala. Desde allí despachan en sus propios camiones a los grandes mayoristas que están en la capital. También venden directamente a pequeños minoristas, siendo incluido el precio de transporte solo si el producto es significativamente importante. Las ventas de la empresa son de US\$400,000 anuales y cuentan con cerca de 40 empleados.

Los productos de esta empresa son resortes para suspensión o amortiguación. Fabricando resortes para todo tipo de modelos de automóviles, es decir desde compactos hasta camiones, pasando por camionetas y pick-ups. Los metales para elaborar estos productos son importados principalmente de Brasil y Venezuela.

RESORTES DE LEÓN S.A.

Empresa de más de 60 empleados y ventas que superan los US\$600,000 anuales. Esta empresa vende directamente a mayoristas ubicados tanto en Guatemala como en países vecinos como El Salvador, ofreciendo transporte gratuito por despachos superiores a las 12 unidades.

Los resortes que elaboran son los de suspensión o amortiguación. Fabrican para todo tipo de vehículo, con especial énfasis en autobuses y camiones. No se conoció de donde importan su materia prima

TOYOTA

El distribuidor de Toyota es Cofiño Stahl. Esta marca se ha posicionado como de alto rendimiento y calidad entre los consumidores. Tiene la característica que sus vehículos conservan el valor pudiendo tener muy buenos precios de reventa. El más comercializado de esta marca es la línea Yaris, seguida por las Pick-Ups. El principal problema que percibe el consumidor es que este tipo de vehículos tiene una alta demanda por parte de ladrones y jaladores de carros.

La promoción de la marca Toyota se realiza de forma constante (2 veces por semana) a través de la prensa con anuncios de una página a todo color, adicional a los anuncios por medio de vallas en la ciudad o en carreteras.

Concesionario Toyota



Fuente: Tomada por el grupo consultor

FIAT

Otra marca comercializada por Cofiño Stahl. La marca fue reintroducida al mercado en el año 2002. Se ha posicionado como de muy bajo precio, pero no ha sido bien aceptada debido a que ofrece únicamente 1 año de garantía mientras que todas las marcas del mercado ofrecen 2 años. Los vehículos Fiat que más se venden han sido las camionetillas Palio. Su promoción la realizan en la prensa con anuncios de una página a color.

La principal estrategia utilizada por Cofiño Stahl para vender esta marca es decirle al potencial comprador que el grupo ha manejado por muchos años marcas de prestigio y calidad como Toyota, por lo que garantizan que esta marca es igualmente buena. Fiat ingresó al mercado con el objetivo de competir directamente con las marcas coreanas Hyundai y Kia, pero como se dijo anteriormente el consumidor prefiere estas dos últimas sobre Fiat.

KIA

Esta marca fue por primera vez traída a Guatemala en los 90s pero no tuvo el soporte de un concesionario que ofreciera un buen servicio post venta. La marca fue adquirida en el año 2001 por Central Motriz, grupo que también comercializa Ford y Mitsubishi. Esto le dio imagen de confianza y respaldo lo que hizo que los consumidores empezaran a demandar la marca hasta llegar a ser la tercera en ventas, después de Toyota y Mitsubishi.

Los vehículos Kia más vendidos son el mini camión, la Van Carnival, y la Kia Carens, posicionándose muy bien en el segmento familiar con estos dos últimos modelos. Además fue la primera marca que popularizó los vehículos con 3 filas de asientos y capacidad para 7 pasajeros.

El país de origen de estos vehículos demandados es Corea.

Su publicidad se realiza a través de la prensa, la cual es utilizada ocasionalmente; sin embargo, publican dos anuncios semanales en fechas previas a que los consumidores reciban la prima, aproximadamente en octubre y noviembre. Así como también aprovechan la repartición del Bono el 14 de junio.

Hyundai

Marca coreana que ingresó al país en el año 2001, siendo el vehículo más vendido la camioneta 4x2 Hyundai Santa Fe, popularizada por ser la camioneta de menor precio que se ofrece en el mercado guatemalteco.

Hyundai ofrece a sus compradores elementos adicionales en la adquisición del vehículo, como asientos de cuero, alfombras y vidrios polarizados. Esta estrategia ha funcionado en la retención del cliente y el cierre de ventas.

Su publicidad se realiza a través de publicidad exterior a través de vallas y de anuncios en prensa; sin embargo, al igual que Kia solo pauta por temporadas.

El país procedente de los vehículos marca Hyundai al igual que Kia es Corea.

Ford

Se ha posicionado como una marca de alto precio pero de excelente calidad. Los más vendidos de esta marca son las camionetas, especialmente los modelos Explorer y Expedition. Su estrategia es posicionarse en el mercado como un auto que cubre con todos los requerimientos de calidad y seguridad exigidos en Estados Unidos, se promocionan únicamente a través de la prensa y pocas vallas. Una deficiencia en la comercialización es que a pesar de ser de alto precio no hay especialización en sus vendedores sino que en la sala de ventas las personas que venden Kia, venden también Ford.

El origen de los vehículos marca Ford demandados en Guatemala es Estados Unidos. Son importados y comercializados por el Grupo Central Motriz, que también comercializa Mitsubishi y Kia.

3.2. MEZCLA DE MERCADEO

3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS

Para promocionar vehículos, tanto comerciales como particulares, solamente se utiliza la prensa y la publicidad exterior (vallas). El uso de la prensa para este fin es tradicional y tomó auge en el año 2001 cuando los concesionarios automotrices iniciaron las ofertas en precios y en opciones de financiamiento. En cambio la publicidad en vallas solo aparece

en el año 2003 y actualmente está siendo utilizada por marcas como Honda, Toyota, Mercedes Benz, Volvo, Hyundai y Ford, entre otras. El pago de la publicidad es hecho por el comercializador, el cual está obligado a destinar un 5% de las ventas como mínimo para este concepto.

Valla de Toyota Corolla, ubicada en una de las calles de mayor circulación, Boulevard Los Próceres



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Valla de Mercedes Benz



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Automotores es uno de los sectores comerciales donde más se utiliza promoción en Guatemala, siendo muy sensible a la misma. Anualmente hay dos momentos donde se refuerza siendo junio-julio y noviembre-diciembre las temporadas de mayor actividad publicitaria y promocional. En ambas fechas los empleados guatemaltecos reciben un extra sueldo, siendo las promociones una razón de enganche para destinar éstos dineros

extras que recibe el guatemalteco en general. Lo importante en la promoción de vehículos es destacar el monto de las cuotas y no el valor total del automotor. En cambio en la promoción de vehículos comerciales sí es relevante el precio total¹¹.

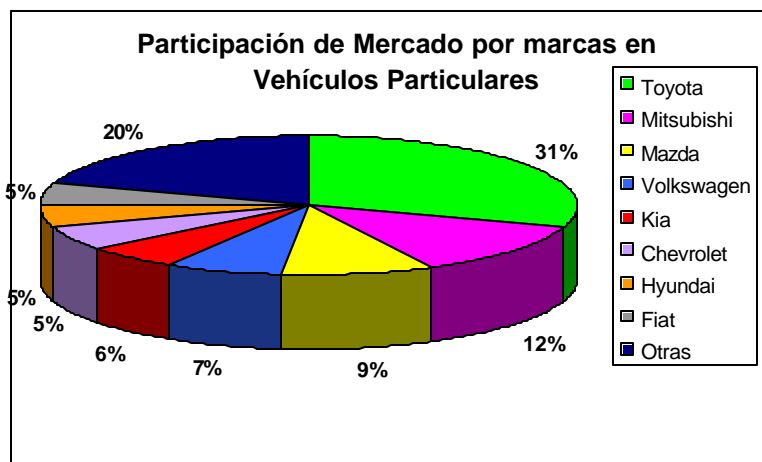
Para la promoción de repuestos se utilizan las páginas amarillas, ya que los comerciantes indicaron que esta compra es de necesidad y por lo tanto este es el punto de consulta. Es imprescindible tener anuncios con color para que el consumidor se sienta atraído a los mismos y piense que es una gran empresa repuestera. En el caso de flotas de empresas o de mecánicos la publicidad no funciona efectivamente debido a que estos tienen previamente definidos sus proveedores. No se acostumbra otorgar descuentos en las ventas al mayor; en cambio en las ventas al menor o al detalle se dan descuentos únicamente a los clientes habituales, como es el caso de talleres mecánicos.

3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE AUTOMOTORES POR CATEGORÍAS

Vehículos Comerciales y Particulares

A través de la Gremial de Automotores se obtuvieron las ventas de Octubre 2003, con base en las cuales se elaboraron los siguientes cuadros. Sólo se obtuvieron las ventas totales del año 2003 por marca, las cuales ascendieron a 25.826 unidades. Esta gráfica contienen únicamente las ventas de vehículos nuevos anuales, pues el comportamiento mensual de estos no presenta variables significativas.

GRAFICA 38 Participación de Mercado por marcas en Vehículos Particulares

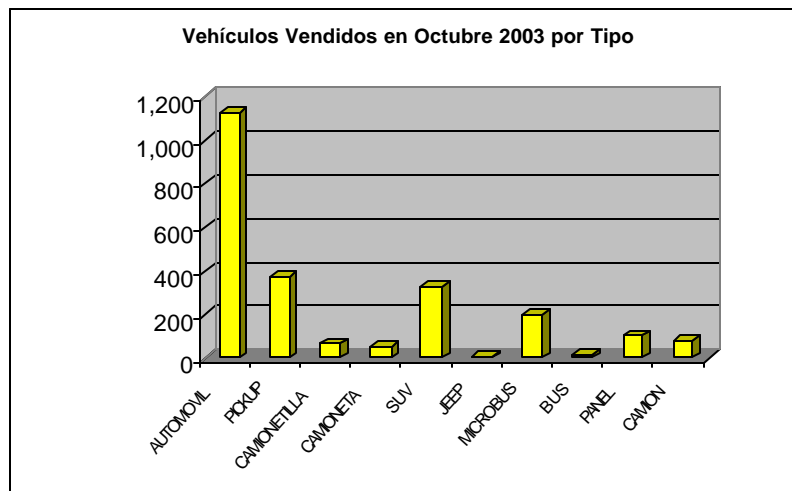


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

En el próximo gráfico el lector puede observar los tipos de vehículos que se venden en Guatemala, siendo los más comercializados los automóviles, predominando dentro de estos los compactos.

¹¹ De acuerdo al Sr. Marco Antonio Roca de Grupo Central Motriz,

GRAFICA 39 Vehículo vendido por tipo en Octubre 2.003 (Unidades)



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información brindada por la Superintendencia de Administración Tributaria SAT

Parque Automotriz

A través de la Superintendencia de Administración Tributaria, dependencia del Ministerio de Finanzas, se pudo obtener el parque automotor de Guatemala, aunque en líneas muy generales. En la siguiente tabla se presenta la información obtenida sobre el parque automotor total del país. Se puede observar como el 28.4% de los vehículos que circulan en el país son marca Toyota seguido de Nissan, Suzuki, Ford, Honda, Mazda y Mitsubishi. Lo anterior ratifica la preferencia por las marcas japonesas, ya que entre las siete primeras marcas seis son de este origen.

Esta tabla agrupa todo tipo de vehículo automotor existente en el país, es decir comerciales, particulares y motos. En cambio, las gráficas que se muestran posteriormente por cada subsector fueron elaboradas a partir de una base de datos desarrollada por el Grupo Consultor a partir de una muestra aleatoria de 385 elementos, y cuyos datos se obtuvieron de la página web de la SAT (www.sat.gob.gt) que ofrecía un lugar donde al colocar la placa del vehículo se mostraban todas las características del mismo. Lamentablemente, este lugar fue reforzado en seguridad, y actualmente no se puede consultar al menos que se conozca el NIT del propietario del automotor.

TABLA 6 Parque Automotor de Guatemala.

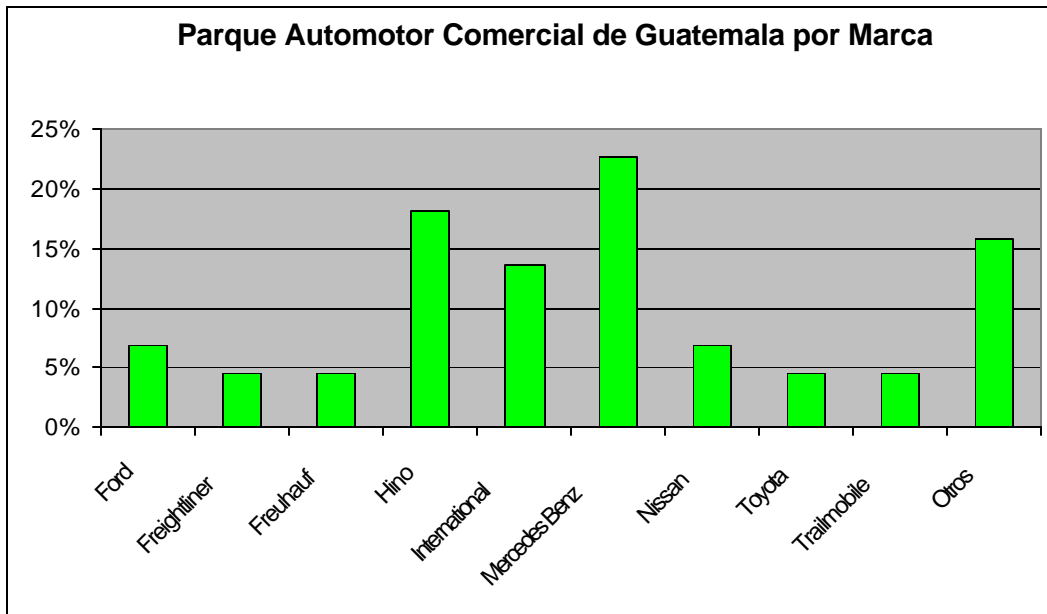
	Parque vehicular	%	Robos por cada 1,000 vehículos en circulación
TOYOTA	283,339	28.4%	7
NISSAN	84,945	8.5%	10
SUZUKI	72,747	7.3%	5
FORD	67,933	6.8%	1
HONDA	66,273	6.6%	6
MAZDA	54,830	5.5%	6
MITSUBISHI	46,168	4.6%	7
CHEVROLET	45,788	4.6%	3
DATSUN	43,578	4.4%	2
ISUZU	39,484	4.0%	5
VOLKSWAGEN	29,827	3.0%	5
MERCEDES-BENZ	24,288	2.4%	4
HYUNDAI	21,623	2.2%	6
DODGE	16,463	1.6%	3
SUBARU	12,296	1.2%	1
GMC	10,677	1.1%	2
BMW	9,145	0.9%	3
KIA	8,692	0.9%	9
JEEP	8,502	0.9%	3
PLYMOUTH	8,330	0.8%	3
FIAT	7,641	0.8%	2
VOLVO	6,796	0.7%	1
GEO	6,583	0.7%	4
DAIHATSU	4,823	0.5%	4
COLT	4,029	0.4%	3
OPEL	2,337	0.2%	1
AUDI	2,017	0.2%	1
SEAT	1,850	0.2%	2
PEUGEOT	1,638	0.2%	3
EAGLE	1,602	0.2%	7
CHRYSLER	1,362	0.1%	2
ALFA-ROMEO	980	0.1%	1
ASIA MOTORS	967	0.1%	24
ACURA	565	0.1%	7
RANGE ROVER	278	0.0%	4
LEXUS	225	0.0%	4
DAEWOO	2,713	0.0%	14
Total	998,624		

Fuente: Gremial de Automotores

Vehículos Comerciales

En los vehículos comerciales las marcas que más circulan en el país son Hino y Mercedes Benz. Sin embargo, se conoció que recientemente (desde el año 2.002) las ventas de camiones pequeños marca Kia se ha incrementado, lo que producirá un cambio en el parque automotor de vehículos comerciales en el mediano plazo.

GRAFICA 40 Participación del parque comercial por marca¹²

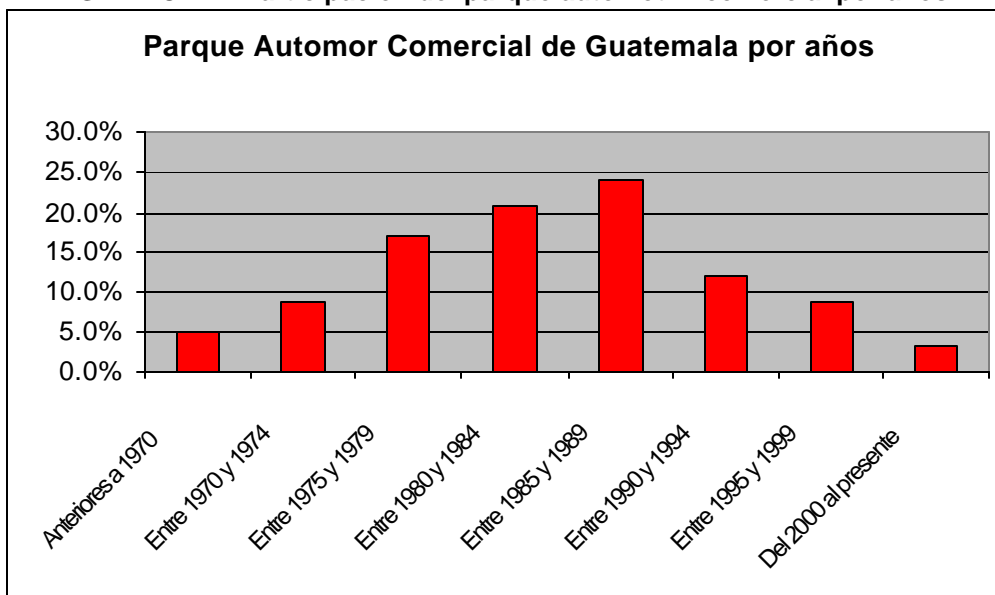


Fuente: Gremial de Automotores

La siguiente gráfica muestra la edad del parque automotor de vehículos comerciales. Más del 75% de los automotores comerciales que circulan en Guatemala son de años anteriores a 1990. Esto se debe a que muchos de estos vehículos son importados usados desde Estados Unidos, por su bajo precio.

¹² Dado lo insuficiente de la información anterior, provista por la Gremial de Automotores y ante la imposibilidad de obtener el parque automotor completo provisto por otro ente público, especialmente por la Superintendencia de Administración Tributaria del Ministerio de Finanzas, se procedió a realizar un muestreo estadístico. A partir de una población de más de un millón de elementos, identificados por los números de placas se seleccionó una muestra con un 95% de confianza y los elementos fueron escogidos aleatoriamente. A continuación se presentan detalles del parque automotor obtenidos de dicha muestra.

GRAFICA 41 Participación del parque automotriz comercial por años

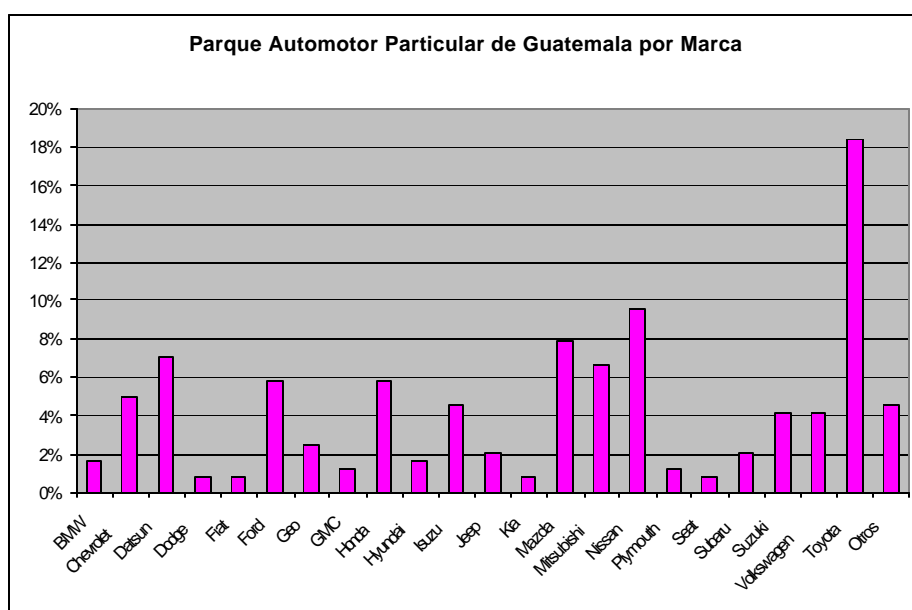


Fuente: Gremial de Automotores

Vehículos Particulares

Como se mencionó anteriormente, las marcas de automotores particulares que más circulan en Guatemala son las japonesas, destacando Toyota. Muchos de estos vehículos son importados usados, de acuerdo a algunos comercializadores por cada auto nuevo que se importa en Guatemala ingresan 2 usados. Esto hace que marcas como Datsun posea una participación en el parque automotor de aproximadamente 7% aún cuando los vehículos nuevos de esta marca casi no se venden en el país.

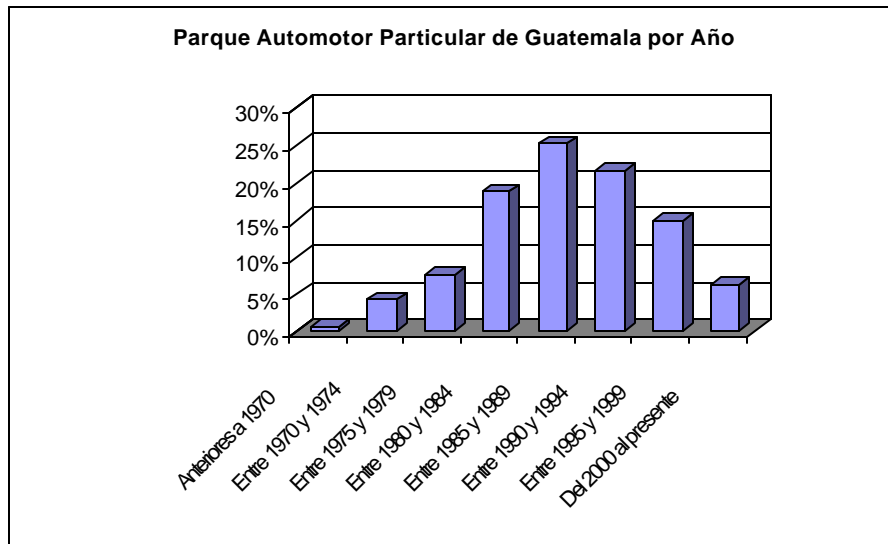
GRAFICA 42 Participación del parque automotriz particular por marca



Fuente: Gremial de Automotores

Para comprender como en el gráfico anterior se muestra que la mayor cantidad de vehículos que circulan en Guatemala son modelos correspondientes al intervalo entre 1980 y 1994. A pesar que más del 15% del parque vehicular fue importado en los años 2002 y 2003, es necesario recordar que en el país se permite la importación de autos usados.

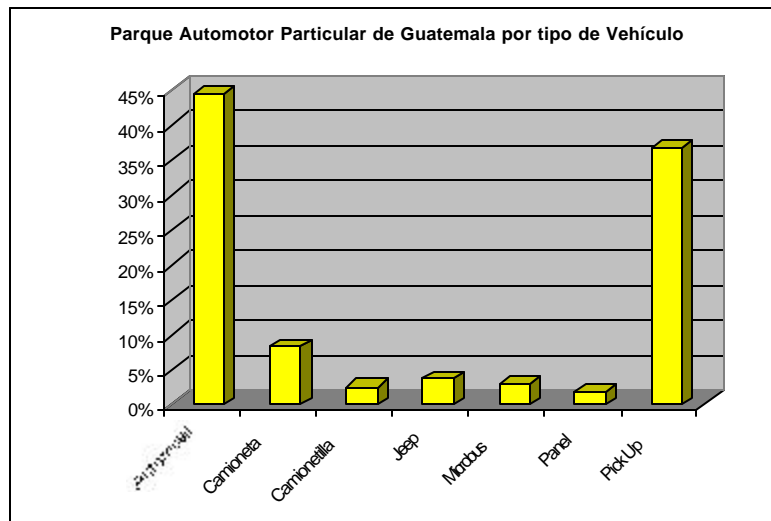
GRAFICA 43 Participación del parque automotriz particular por años



Fuente: Gremial de Automotores

Por tipo de vehículo, el siguiente gráfico confirma los datos de venta suministrados por la Gremial de automotores, con relación a que el tipo de vehículo de uso particular que más hay en Guatemala son los automóviles.

GRAFICA 44 Participación del parque automotriz particular por tipo de automotor



En conjunto con este informe se entrega una base de datos del parque automotor en excel obtenida a partir de una muestra aleatoria estadística. En la página de internet de la sat (www.sat.gob.gt) se puede colocar el número de una placa y aparecen todos los datos del vehículo. Utilizando este recurso se obtuvieron los datos de más de 300 vehículos, a partir de los cuales se infirió la composición del parque automotor guatemalteco.

3.2.3. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR

3.2.3.1. PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS POR SUBSECTOR

El análisis de precios de éste capítulo pretende ofrecer al lector una mayor claridad sobre los rangos de precio tanto de vehículos como de autopartes en el mercado guatemalteco, pudiendo hacer comparaciones directas con los precios de comercialización en Colombia. Adicionalmente, se pretende visualizar en el subsector de autopartes, las posibles fortalezas que los productos colombianos pudiesen llegar a tener vs. productos originales y no originales para un grupo de vehículos determinados por el grupo consultor.

Vehículos Comerciales y Particulares

Tabla 7 Lista de precios, distribución y Promoción de los vehículos particulares y comerciales

Marca	Línea	Modelo	Precio en US\$	Plaza	Promoción
Ford	Explorer XLS 4x2	2004	\$29.386	Concesionario	Periódico.
Toyota	Corolla Wagon	2004	\$16.738	Concesionario	Periódico, Vallas, Exhibiciones en Centros Comerciales
Toyota	RAV4	2004	\$18.973		
Toyota	Hilux 4x4	2004	\$18.788		
Toyota	Hilux 4x4	2004	\$22.594		
Toyota	Corolla Sedán XLi	2004	\$14.275		
Toyota	Corolla sedán XEi	2004	\$16.423		
Toyota	Corolla sedán XEi	2004	\$17.309		
Toyota	Hiace Panel	2004	\$14.556		
Toyota	Hiace Microbus	2004	\$15.535		
Toyota	Hiace Microbus	2004	\$16.848		
Hyundai	Santa Fe	2004	\$19.586		Periódico, Vallas, Exhibiciones en Centros Comerciales
Hyundai	Accent	2004	\$9.099		
Hyundai	Panel H-100	2004	\$12.599		

Nissan	Almera	2004	\$15.164		Periódico
Volkswagen	Polo Sedán STD	2004	\$11.249		
Yaris	Sedán	2004	\$10.324		
Yaris	Sedán	2004	\$11.469		
Yaris	Sedán	2004	\$12.488		
Yaris	Hatchback	2004	\$8.749		
Yaris	Hatchback	2004	\$10.249		
Yaris	Hatchback	2004	\$11.813		
Fiat	Siena Sedán	2004	\$9.800		Periódico,
Fiat	Palio Weekend	2004	\$12.320		Vallas,Exhibi ciones en Centros Comerciales
Kia	Pregio	2004	\$13.286		Periódico
Kia	Pregio	2004	\$16.366		
Kia	Magentis	2004	\$15.806		
Kia	Sorento 4x4	2004	\$23.086		
Hino	DUTRO WU 340L		\$26.352		
Mitsubishi	Lancer CVT Confort		\$12.717		Periódico, Vallas,Exhibi ciones en Centros Comerciales
Mitsubishi	Nativa 4x4	2004	\$20.285		
Mitsubishi	Nativa 4x4	2004	\$45.339		
Mitsubishi	Panel L300	2004	\$11.580		
Mitsubishi	Panel L300	2004	\$26.205		
Mitsubishi	Microbús L300	2004	\$13.977		
Mitsubishi	Microbús L300	2004	\$31.601		

Repuestos

Tabla 8. Precios de autorepuestos por tipo de canal.

Marca	Modelo	Repuesto	Precio Almacén de Repuestos en US\$	Precio Concesionario en US\$
		Balinera del Clutch	\$ 26.70	\$ 50.00

Toyota Corolla 1995	Prensa del Cluth	\$ 35.00	\$ 57.84
	Terminal de dirección	\$ 12.25 unidad	\$ 13.54 unidad
	Bomba de rueda trasera	\$ 14.08 unidad	\$ 22.13 unidad
	Punta de Flecha	\$ 35.00 unidad	\$ 48.23
	Disco del cluth	\$ 28.62	\$ 39.00
	Disco de freno	\$ 36.45 unidad	\$ 60.05
	Cremallera de dirección	\$ 16.00	\$ 27.54
	Filtro de combustible	\$ 7.05	\$ 15.00
	Filtro de Aire	\$ 8.15	\$ 14.54
	Fricciones	\$ 9.50	\$ 18.50
	Rines	\$ 350.00	\$ 440.00
	Batería	\$ 45.00	\$ 60.00

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Marca	Modelo	Repuesto	Precio Almacén de Repuestos en US\$	Precio Concesionario s en US\$
Toyota Pick up, Hilux 2000		Balinera del Clutch	\$28.00	\$ 57.20
		Prensa del Cluth	\$ 52.50	\$ 70.00
		Terminal de dirección	\$ 15.20 unidad	\$ 24.12
		Bomba de rueda trasera	\$ 13.85 unidad	\$ 32.00
		Punta de Flecha	\$ 50.00	\$ 72.50
		Disco del cluth	\$ 35.00	\$ 50.00
		Disco de freno	\$38.28 unidad	\$ 48.00
		Cremallera de dirección	\$38.88	\$ 60.23
		Filtro de combustible	\$ 10.00	\$ 17.00
		Filtro de Aire	\$ 15.00	\$ 29.34
		Fricciones	\$ 15.50	\$ 34.56
		Rines	\$ 555	\$ 630.00
		Batería	\$40.25	\$ 48.00
Marca	Modelo	Repuesto	Precio Almacén de	Precio Concesionario

			Repuestos en US\$	s en US\$
Ford Explorer 1999		Balinera del Clutch	\$ 47.66	\$ 110.00
		Prensa del Cluth	\$183.33	\$ 235.00
		Terminal de dirección	\$ 55.55 unidad	\$ 82.50
		Bomba de rueda trasera	\$33.33 unidad	\$ 55.00
		Punta de Flecha	\$ 55.55	\$ 69.00
		Disco del cluth	\$ 145.00	\$ 210.00
		Disco de freno	\$ 140.00 unidad	\$ 190.00
		Cremallera de dirección	\$ 45.00	\$ 78.00
		Filtro de combustible	\$ 10.00	\$ 25.00
		Filtro de Aire	\$ 25.00	\$ 40.34
		Fricciones	\$ 40.00	\$ 60.00
		Rines	\$ 615.00	\$ 850.00
		Batería	\$ 50.00	\$ 65.00
Marca	Modelo	Repuesto	Precio Almacén de Repuestos en US\$	Precio Concesionario s en US\$
Mazda 323 2000		Balinera del Clutch	\$21.15	\$ 45.00
		Prensa del Cluth	\$ 56.00	\$ 75.00
		Terminal de dirección	\$16.66 unidad	\$ 40.00
		Bomba de rueda trasera	\$21.00 unidad	\$ 33.33
		Punta de Flecha	\$ 45.00	\$ 82.50
		Disco del cluth	\$ 32.50	\$ 90.00
		Disco de freno	\$41.50 unidad	\$ 56.50
		Cremallera de dirección	\$ 42.00	\$ 80.00
		Filtro de combustible	\$12.00	\$ 23.00
		Filtro de Aire	\$ 18.25	\$ 37.00

		Fricciones	\$ 22.22	\$ 40.00
		Rines	\$ 550.00	\$ 630.00
		Batería	\$ 58.00	\$ 65.00
Marca	Modelo	Repuesto	Precio Almacén de Repuestos en US\$	Precio Concesionario s en US\$
Chevrolet Blazer 1998		Balinera del Clutch	\$ 72.61	\$ 132.00
		Prensa del Cluth	\$ 111.66	\$ 130.00
		Terminal de dirección	\$ 30.12 unidad	\$ 64.00 unidad
		Bomba de rueda trasera	\$ 25.40 unidad	\$ 38.50
		Punta de Flecha	\$ 215.00	\$ 265.00
		Disco del cluth	\$ 87.50	\$ 102.55
		Disco de freno	\$ 91.20	\$ 115.00
		Cremallera de dirección	\$ 28.66	\$ 50.00
		Filtro de combustible	\$ 12.33	\$ 16.50
		Filtro de Aire	\$ 13.66	\$ 17.85
		Fricciones	\$ 32.75	\$ 43.50
		Rines	\$ 600	\$ 690
		Batería	\$ 75.80	\$ 95.00
Marca	Modelo	Repuesto	Precio Almacén de Repuestos en US\$	Precio Concesionario s en US\$
Nissan Pathfinder 1997		Balinera del Clutch	\$ 36.33	\$ 98.00
		Prensa del Cluth	\$ 161.00	\$ 200.00
		Terminal de dirección	\$ 20.83 unidad	\$ 40.00
		Bomba de rueda trasera	\$ 29.25 unidad	\$ 45.00
		Punta de Flecha	\$ 112.33	\$ 138.00
		Disco del cluth	\$ 52.80	\$ 75.00
		Disco de freno	\$ 68.66	\$ 74.50
		Cremallera de dirección	\$ 290.00	\$ 325.00

		Filtro de combustible	\$ 19.50	\$ 32.004
		Filtro de Aire	\$ 25.00	\$ 40.00
		Fricciones	\$ 42.00	\$ 65.00
		Rines	\$ 300.00	\$ 520.00
		Batería	\$ 129.00	\$ 180.00
Marca	Modelo	Repuesto	Precio Almacén de Repuestos en US\$	Precio Concesionario s en US\$
Isuzu pick up 1997		Balinera del Clutch	\$ 25.00	\$ 52.00
		Prensa del Cluth	\$ 100	\$ 125.00
		Terminal de dirección	\$ 20.00 unidad	\$ 40.00
		Bomba de rueda trasera	\$ 15.50 unidad	\$ 28.00
		Punta de Flecha	\$ 66.66 unidad	\$ 134.00
		Disco del cluth	\$ 48.50	\$ 190.00
		Disco de freno	\$ 35.00	\$ 72.25
		Cremallera de dirección	\$ 25.00	\$ 29.00
		Filtro de combustible	\$ 12.56	\$ 19.50
		Filtro de Aire	\$ 15.50	\$ 32.50
		Fricciones	\$ 22.25	\$ 47.25
		Rines	\$ 385.00	\$ 450.00
		Batería	\$ 42.50	\$ 62.50

Como se puede observar en las tablas de precios de autopartes/repuestos, existe un diferencial de precio que oscila generalmente entre un 50% y un 100%, siendo mas costosos los productos originales comercializados por los concesionarios.

Bajo estas comparaciones es fácil entender el comportamiento del guatemalteco y del centroamericano en general quien prefiere comprar repuestos no originales, adaptando su bolsillo y sus desembolsos de acuerdo a su capacidad adquisitiva la cual no es muy buena en el grueso de la población.

3.3. Conclusiones Competencia

Las marcas más vendidas en Guatemala son Toyota con el 30.1%, seguida por Mitsubishi con 12.3% y Mazda con 9.2%. La información indica que Toyota seguirá siendo el líder del

mercado, manteniendo su actual participación de mercado pues de acuerdo a los distribuidores las marcas que han entrado han afectado más a otras marcas que a la misma Toyota.

Las marcas de origen coreano Hyundai (5.3%) y Kia (6%) son de las más recientes en incorporarse al mercado, logrando buenos índices de participación en muy corto tiempo. Su oferta de bajo precio, comodidades interiores, inclusión de todos los accesorios y dos años de garantía han llevado a estas marcas a penetrar el mercado fácilmente.

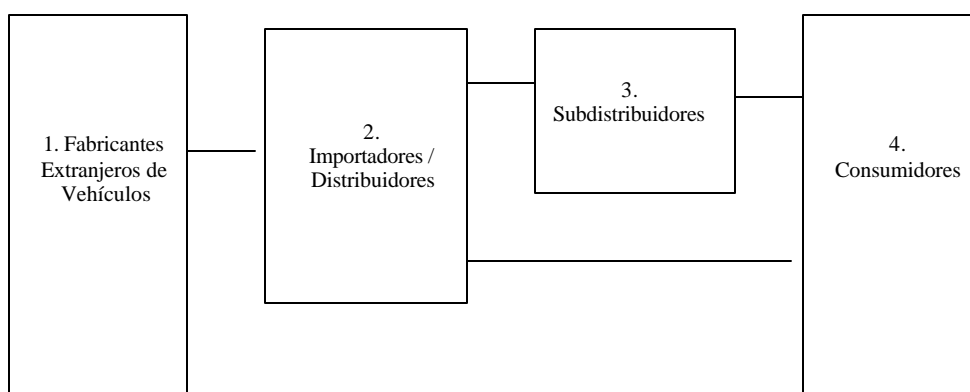
Las estrategias de los concesionarios seguirán enfocadas a mantener alianzas con las entidades financieras, manteniendo la capacidad de ofrecer bajas tasas de interés y condiciones de crédito favorables que estimulen la adquisición de vehículos.

4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION

4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

4.1.1. Vehículos

En el siguiente diagrama se representa el proceso de comercialización de vehículos, tanto comerciales como particulares. A pesar de existir subdistribuidores, el precio del vehículo es el mismo, independientemente de si es vendido por el distribuidor o por el subdistribuidor. La razón de esto es que los subdistribuidores trabajan a consignación, es decir, que no asumen los costos de inventario, y por lo mismo obtienen un porcentaje muy bajo. La característica principal de un subdistribuidor es la variedad de marcas que ofrecen a los consumidores y que también comercializan vehículos usados.



Importadores / Distribuidores

Es importante mencionar que en Guatemala es posible encontrar grupos económicos que manejan varias marcas simultáneamente, optimizando de esta forma la utilización de sus activos fijos como es el caso de los lotes en donde se ubican concesionarios de marcas diferentes pero de un mismo grupo económico. Los dos grupos más importantes del país son Cofiño Stahl y Grupo Central Motriz. El primero comercializa Toyota, Daihatsu, GM y Fiat, mientras que el segundo comercializa Ford, Mitsubishi y Kia. El respaldo del grupo distribuidor es importante, condición a la que se le atribuye el éxito de la marca Kia, la cual fue relanzada al mercado en el año 2002, luego de que este Central Motriz adquiriera los derechos de su distribución en Guatemala.

Tabla 9. Principales Importadores / Distribuidores de vehículos.

Empresa	Marcas	Dirección	Teléfono	Fax	Página web
Automotores y Marina S.A.	Porsche	Blvd.. Liberación 7-77, zona 9	331-1666 y 67	3316964	info@porsche.com.gt
Autos y Servicios. Auto Suzuki S.A.	Suzuki	7ª. Avenida 5-40 zona 9	3392540	3392539	
Canella S.A.	Isuzu	7 Av. 8-65 zona	3385900	3321222	isuzu@canella.

		4			com.gt
Bavaria Motors S.A.	BMW	6ª. Av. 4-54 zona 4	3398800 / 3313335	3344538	www.bavaria.com.gt bmw@bavaria.com.gt
Transequipos, S.A.	BMW	3ª Av. 9-79, zona 9	3343626 al 28	3348512	www.transequipos.bmw.com.gt
Cofiño Stahl	Daihatsu, GM, Toyota, Fiat, Alfa Romeo, Cadillac, Pontiac, Chevrolet	Blvd. Liberación 4-59, zona 9 10 Avenida 31-71, zona 5	3790505 / 3790525 / 3790545 / 3798600		
CIDEA	Nissan, Chevrolet	10 Av. 29-89, zona 5 10 Av. 30-57 zona 5 (repuestos)	3341531 / 3617328 / 3319068 / 3617222 al 25	3325420 / 3612634 / 3325430	
Comercial Omni	Mercedes Benz	22 Calle 6-36 zona 11	4763335 / 4770003	4765786	
Didea	Mazda	1ª. Calle 7-69 zona 9	3388630 / 3388640 / 3388654 / 3346323 / 3346331	3346329	gventas@didea.com.gt
Ivesa	Mazda	Zona 11 Km14 Calzada Roosevelt	4320950 / 4378282	4313039	
Continental Motores	Volkswagen	Blvd.. Liberación 5-45, zona 9	3326491 / 3615701		
Divisa	Honda	Los Próceres y 15 Av. Zona 10	3674330	3371361	www.hondaguatemala.com
Oriental Motores	Subaru	7ª Av. 14-78 zona 9	3319316 / 3327321	3319436	
Grupo Central Motriz	Mitsubishi, KIA, Ford	Calzada Aguilar Batres 27-20, zona 11	2778000 / 2778080	2778020	
Grupo Los Tres	Volvo, Jaguar	20 Calle y 10 Avenida, zona 10	3855454	3857730	
ICISA – Auto Mercantil	Jeep, Audi, Seat	Calzada Aguilar Batres 25-13, zona 12	4762775 / 4763735	4767597	
Motores Británicos	Land Rover, Rover, MG	20 Calle 5-78, zona 10	3680235 / 3632113		
Panamotor	Nissan	Avenida Reforma, Plaza Obelisco, zona 10	4277700	4277799	www.nissan-panamotor.com.gt
Uni-auto (Grupo Tecún)	Hyundai, Peugeot	Calzada Roosevelt 18-	4743127 / 4743131 /		

		23, zona 11	4743141		
--	--	-------------	---------	--	--

AUTOMOTORES Y MARINA

Esta empresa representa únicamente la marca Porsche. Cuenta con una sola sala de exhibiciones y completa su gama de producto con yates y lanchas lujosas de diferentes marcas. Posee algunos vehículos en inventario, pero normalmente los importan bajo pedido de los clientes, ya que las especificaciones pueden ser muy variadas.

Contacto: Teléfono 3311666 y 67
 Fax 3316964
 Correo electrónico: info@porsche.com.gt
 Dirección: Blv. Liberación 7-77, zona 9. Ciudad de Guatemala

CANELLA S.A.

Esta corporación comercializa la marca Isuzu, de la cual se venden principalmente pick-ups y camiones. La corporación Canella posee dos líneas de negocio, primero la de oficina que incluye marcas como HP, Canon y Compaq. En segundo lugar está la línea automotriz donde se incluyen las marcas Yamaha e Isuzu, así como maquinaria pesada Hyundai, principalmente retroexcavadoras.

Contacto: Ing. Rafael Bolaños, Gerente Financiero
 Teléfono 3385900
 Fax 3392539
 Correo electrónico: isuzu@canella.com.gt
 Dirección: 7 Av. 8-65, Edificio Canella, zona 4. Ciudad de Guatemala

BAVARIA MOTORS S.A.

Importan y comercializan la marca BMW. Se conoció que realizan importaciones tres veces al año, aunque en ocasiones han hecho importaciones adicionales. La principal estrategia de esta empresa es recibir los BMW usados cuando los clientes desean comprar uno nuevo. El auto usado que se recibe es en consignación y cuando es vendido el monto se acredita a la deuda del cliente por el vehículo nuevo

Contacto: Teléfono 3343626 al 28
 Fax 3348512
 Página Web: www.bavaria.com.gt
 Dirección: 6ª Av. 4-54, zona 4. Ciudad de Guatemala

COFIÑO STAHL

Es el comercializador más grande de automotores en Guatemala, y en el año 2.003 vendió 10.051 unidades. Importan la marca Toyota que es la más vendida en el país, así como también las marcas Chevrolet, Fiat, Daihatsu, General Motors, Pontiac, Cadillac y Alfa Romeo. Maneja cada marca de forma independiente con salas de ventas separadas por marca. Sin embargo en los talleres de servicio le brindan atención a cualquiera de sus marcas, aunque cuentan con mecánicos especializados por las casas matrices, especialmente de Toyota, Daihatsu y Fiat.

Esta empresa posee 8 salas de venta pero todas ellas distribuidas en la capital. Sus compras las realiza en términos FOB, obteniendo de sus proveedores 45 días de crédito, pero debe garantizar los mismos a través de cartas de crédito. De todas las empresas comercializadoras existentes en Guatemala es la que maneja menos días de inventario, ya que sólo es de 60 días.

En cuanto a la publicidad, el aporte que recibe de las marcas es el arte en alguno de los casos, pero no recibe apoyo monetario. Sin embargo, la mayoría de los contratos de distribución establecen que deben destinar un 5% de sus ventas totales para publicidad. El margen que obtienen en la comercialización es del 30% del precio de venta.

Contacto: Teléfono 3790505 / 25 / 45 / 3798600
Dirección: Blvd. Liberación 4-59, zona 9. Ciudad de Guatemala
10 Avenida 31-71, zona 5. Ciudad de Guatemala

GRUPO CENTRAL MOTRIZ

Es el segundo grupo comercializador de vehículos en Guatemala y en el año 2.003 vendió 5.093 unidades. Importa y representa las marcas Ford, Mitsubishi y Kia. Sus ventas son principalmente de la marca Mitsubishi, seguido por Kia y en tercer lugar Ford. Sus talleres de servicio son en conjunto para Kia y Mitsubishi pero separado para Ford, así como las ventas de repuestos.

En la medida en que sus ventas han crecido en los últimos años, han incrementado sus esfuerzos en servicio al cliente. Para esto fundaron un departamento en la empresa que le da seguimiento a las quejas, además le recuerda a los propietarios de autos cuando se aproxima un servicio, y luego de realizado llaman para investigar cómo fue realizado y si el cliente se encuentra o no satisfecho.

Esta corporación cuenta con 10 salas de ventas, atendiendo solamente la Ciudad de Guatemala. Se provee de Japón, Corea o Estados Unidos, dependiendo de la marca, pero siempre trae el producto desde el lugar de donde es originaria la marca. Sus proveedores exigen carta de crédito, venden en términos FOB y otorgan un plazo de 30 días para cancelar sus facturas. Sus inventarios son de 90 días, y el margen que obtienen es de 30% sobre el precio de ventas.

Contacto: Marco Antonio Roca, Gerente de Ventas
Teléfono 2778000 / 80
Fax 2778020
Dirección: Calzada Aguilar Batres 27-20, zona 11. Ciudad de Guatemala

PANAMOTOR

Es el comercializador más reciente de la marca Nissan en Guatemala, ya que ingresó al mercado en el año 2.003. Sin embargo es el principal importador de la marca en la actualidad. Esto se debe a una amplia campaña publicitaria utilizando radio principalmente. Además, construyeron una sala de ventas muy grande donde exhiben los

distintos modelos, especialmente el Sentra y las pick-ups que son los más vendidos de Nissan.

Se provee de la fábrica en Japón y realiza importaciones cada 3 meses aproximadamente. Siempre utilizan carta de crédito como método de pago.

Contacto: Teléfono 4277700
Fax 4277799
Página web: www.nissan-panamotor.com.gt
Dirección: Avenida Reforma, Plaza Obelisco, zona 10. Ciudad de Guatemala

La caracterización para las principales empresas distribuidoras de automotores en Guatemala se presenta a continuación. Esta caracterización incluye marcas que manejan, períodos de inventario, condiciones de crédito, número de unidades vendidas en 2003, etc.

CIDEA

Comercializa las marcas Nissan y Chevrolet. Sus ventas en el año 2.003 fueron de 1.285 unidades. Poseen dos salas de venta, una para cada marca. Su inventario es de 90 días y realiza sus compras en términos FOB, sin recibir crédito de parte de los proveedores. Además, debe adquirir cartas de crédito para garantizar el pago. Su margen de comercialización es de 30% sobre precio de venta, y debe destinar un 5% a publicidad, sin recibir ningún apoyo de las marcas.

Contacto: Teléfono 3341531 / 3617328 / 3319068 / 3617222 al 25
Fax 3325420 / 3612634 / 3325430
Dirección: 10 Avenida 29-89, zona 5. Ciudad de Guatemala

CONTINENTAL MOTORES

Son los comercializadores en Guatemala de la marca Volkswagen, la cual es reconocida como de alta calidad en el país, especialmente por la comunidad alemana. Importan los vehículos de Alemania, Brasil y México, aunque los consumidores prefieren los autos hechos en Alemania y desconfían de la calidad de los productos mexicanos.

En el año 2.003 vendieron 1.802 unidades. Cuentan actualmente con dos salas de ventas y están construyendo una tercera, que contará también con centro de servicio. Sus compras las realiza en términos FOB, cancelando a sus proveedores a través de cartas de crédito y recibiendo 30 días de crédito. También se conoció que no reciben ayuda para promoción ni publicidad, sino que la misma debe ser cubierta con el margen de comercialización que es del 30% del precio de venta.

Contacto: Teléfono 3326491
Dirección: Blvd.. Liberación 5-45, zona 9. Ciudad de Guatemala

Tabla 10. Principales Subdistribuidores de vehículos

Empresa	Marcas	Dirección	Teléfono	Fax	Página web
Auto Nuevo (Consortio de Grupos Integrados S.A.)	Peugeot, Mazda de Didea, Nissan Patrol, Wuling Motors, CMC Varica, Hyundai	24 Calle 5-42, zona 11 , 2do. Nivel. Posee 1 tienda	4765929 / 4766062 / 4766047	4766043	autonuevo@didea.com.gt
Gustavo Molina	Toyota, Volkswagen, Hyundai, Mazda, Peugeot, Honda, Mitsubishi, Kia, Ford, Nissan, Chevrolet, Fiat, Alfa Romeo, Suzuki, Daihatsu	Boulevard Liberación 4-55, zona 9. Posee 1 tienda			
Plaza Automotriz	Hyundai, Mazda, Peugeot, Nissan, GMC, Wuling Motors	Aguilar Batres 23-80, zona 11. Posee 1 tienda	4770650 / 4770657	4770658	
Super Autos JACK	Toyota, Hyundai, Kia, Mitsubishi, Ford, Toyota, Fiat	6ª Av. 8-08 zona 4. Posee 4 tiendas en la capital	3320796 / 3320797 / 3346463 / 3346464		superjack@inteln.net.gt

Todos los subdistribuidores de automotores operan de la misma forma de acuerdo a información obtenida en Super Autos Jack y en Gustavo Molina. Estos subdistribuidores reciben los autos en consignación de los distribuidores, es decir que no poseen inventario propio. Igualmente éstos no tienen facilidades crediticias pues una vez vendido el vehículo, éstos tienen una semana para pagar el valor del vehículo al distribuidor.

Como los subdistribuidores el riesgo que se corre es mínimo al no mantener inversión en inventarios, a pesar que sus márgenes de comercialización son mucho menores que los de un distribuidor. Usualmente reciben el 5% del precio de venta, mientras que los distribuidores reciben el 25%. Además, toda la publicidad que realizan debe ser pagada por ellos mismos sin ayuda de los distribuidores ni de la marca per se.

La participación de mercado de los subdistribuidores no es muy relevante, ya que ellos realmente atacan al segmento que está buscando un auto usado y cuando llega al punto de venta cambia de opinión, en muchos casos influenciado por el vendedor, decidiendo adquirir un auto nuevo. En cambio, los consumidores que desde un inicio tienen claro que su deseo es adquirir un auto nuevo, van directamente con los distribuidores.

4.1.2. Repuestos:

4.1.2.1. Detallistas

El 70% de los detallistas comercializan productos tanto importados como nacionales, mientras que el restante 30% solo comercializan productos importados¹³. En promedio, los detallistas manejan cerca de 4000 diferentes referencias, manteniendo en promedio 3 unidades por cada una de ellas.

La cantidad inmensa de detallistas origina una fuerte competencia que se manifiesta en este sector en dos aspectos: competencia por precios y competencia por variedad o surtido; sin embargo, se encontró que el consumidor está altamente orientado a precios, es decir que compra en el punto donde le vendan el artículo más barato.

De acuerdo a información recolectada hasta febrero del año 2004, los gastos totales de los detallistas oscilan entre 10 y 17% del total de la venta. Es decir por cada 100 quetzales de venta, entre 10 y 17 se destinan a gastos fijos, los restantes 83 se destinan a cubrir el costo del artículo vendido (el precio del mayorista) y a generar utilidad.

Las ventas al detalle y la ubicación el negocio tienden a seguir la concentración demográfica de la población. El grueso del comercio se concentra en zonas muy pequeñas, siendo las más importantes en Ciudad de Guatemala las siguientes:

Áreas tradicionales:

- De la 18 a la 22 calle de la zona 1 (centro de la ciudad)
- El área de la terminal de la zona 4. Se refiere a la terminal de transporte urbano y extra-urbano. Muy utilizada para repuestos de autobuses.

Áreas en auge:

- Calzada Roosevelt
- Calzada San Juan
- Zona 18: colonia Atlántida, Paraíso y Alameda, principalmente

De estas, es en la Calzada Roosevelt además de las áreas tradicionales donde se concentran la mayoría de los minoristas, abarcando de acuerdo a estimaciones el 90% del mercado de la ciudad capital.

En cuanto a los departamentos, los repuestos automotrices se comercializan principalmente en las cabeceras departamentales, especialmente en las siguientes ciudades de acuerdo a su importancia transaccional:

- Escuintla
- Mazatenango

¹³ CHAVEZ, Jorge David. "La Determinación de los Canales de Distribución en la Venta de Repuestos Automotrices". Universidad Mariano Gálvez, 2000

- Retalhuleu
- Coatepeque
- Quetzaltenango
- San Marcos
- Puerto Barrios
- Zacapa
- Jutiapa
- Esquipulas
- Cobán
- Santa Elena Petén

Como áreas nuevas en los departamentos se identificaron las siguientes:

- La Máquina, centro #1
- Tecún Umán
- Santa Lucía Cotzumalguapa
- Tecpán
- Barberena

De estas, Santa Lucía Cotzumalguapa es la de mayor crecimiento, especialmente porque se encuentra en una ruta de mucho tránsito, tanto para vehículos particulares como para comerciales (camiones).

4.1.2.2. Mayoristas

La función del mayorista de repuestos en Guatemala es la de importar y distribuir a los minoristas. En todos los casos se identificó que los mayoristas también cuentan con almacenes para la venta al detalle, convirtiéndose en competencia directa de sus clientes minoristas. Igualmente, con el objeto de ampliar su surtido y ser más competitivos, adquieren de los fabricantes locales productos para ampliar su surtido y por ende su competitividad.

Los mayoristas mantienen inventarios bastante más elevados que los minoristas, manejando multiplicidad de líneas y referencias cuyo objetivo es surtir a diferentes clases de detallistas que manejan autopartes de solo algunas marcas. En casos especiales en donde la consecución de la autoparte es compleja, los mayoristas se guían por catálogos de los productores, importándolo y comprometiéndose con su cliente o detallista en una entrega con fecha posterior.

Los gastos promedios de los comerciantes mayoristas son del 8% del precio de venta al mayoreo. El resto, 92%, se utiliza para cubrir el precio del fabricante, los costos de importación y generar utilidades.

Los compradores de repuestos usados, importadores y distribuidores, solicitan cotizaciones a tres productores diferentes, normalmente a través de representantes en el país. Luego de obtener estas tres cotizaciones se selecciona la mejor en términos de

precios, cantidades mínimas requeridas y condiciones de pago. Siempre y cuando el comprador ya posea las muestras y las haya probado con anterioridad. **Nunca se adquieren productos que no han sido probados**, por lo tanto requieren que las fábricas envíen los catálogos y posteriormente los contacten para enviar las muestras de las referencias con mayor posibilidad de rotación. Los catálogos deben ser actualizados constantemente pues frecuentemente evita al mayorista el mantener amplios niveles de inventario.

Los mayoristas mantienen inventario que oscila entre los 90 y 120 días, tiempo que les permite mantener su rentabilidad. Para grandes importadores, los plazos de pago oscilan entre 30 y 60 días, mientras que para los pequeños las condiciones son pago en efectivo o carta de crédito.

En el siguiente cuadro se presenta la caracterización de los cinco principales mayoristas de repuestos que operan en Guatemala.

TABLA 11 Caracterización de los principales Mayoristas.

	Centracasa	Figuroa y Cia Ltda.	Aquaroni	Siebold	Disautoz
Márgenes	Varía por producto pero desde 30% hasta 50% del precio	Varía por producto pero desde 30% hasta 50% del precio	30%	No dio información	40% del precio
Días de Inventario	Entre 90 y 120	Entre 90 y 120	Entre 90 y 120	Entre 90 y 120	Entre 90 y 120
Proveedores Actuales	Muy variado	Muy variado	Muy variado	Muy variado	Muy variado
Volúmenes Mínimos	Cuanto menos puedan adquirir mejor	No hay	No hay	Hay proveedores que les venden desde \$1,000	Normalmente pedidos de \$5,000 es lo mínimo que compran
Apoyo del Proveedor en Publicidad	Afiches y material impreso. Catálogos que facilitan la venta de los productos	Catálogos que facilitan la venta de los productos	Catálogos que facilitan la venta de los productos	Ninguno	Catálogos que facilitan la venta de los productos

4.1.2.3. Representantes

El uso de representantes se acostumbra en los repuestos, pero actualmente vía correo electrónico pueden contactarse directamente con los proveedores y así disminuir los

costos. Se prefiere el uso de representantes en el caso de productos de origen asiático como una forma de solucionar la barrera idiomática.

4.1.2.4. Condiciones de Compra a los Fabricantes:

En la negociación con mayoristas – importadores estos puntos deben quedar claramente establecidos para el beneficio de las relaciones comerciales.

- a) Normas sobre mercancías devueltas: El volumen de las mercancías devueltas a los fabricantes o distribuidores oscila entre el 2% y el 5% de las ventas totales. Las normas sobre mercancías devueltas son muy variables de un negocio a otro. Algunas empresas conceden a los comerciantes que son sus clientes una libertad casi ilimitada para devolver mercancías, mientras que otros conceden las devoluciones solo si se comprueba que hubo un error entre lo solicitado y lo despachado ó si el producto salió defectuoso.
En la medida en que la competencia ha crecido, se ha hecho necesario aceptar las devoluciones, al menos de los clientes finales a los minoristas, quienes mueven la cadena hasta devolver la mercancía dañada al fabricante.
- b) Manejo de reclamaciones y rebajas por daños en el transporte: Las reclamaciones suelen manejarse de tres formas diferentes. En el primer caso, es el fabricante quien se encarga de cobrar al seguro o al transportista los daños que han sufrido las mercancías rebajándole monto de la factura al comprador – importador lo del reclamo, independientemente de que el mismo sea o no reconocido por la aseguradora. En el segundo caso, el fabricante hace el trámite pero no reconoce rebaja al comprador – importador sino que le abona a su cuenta lo que el seguro le reconoce. En el tercer caso, la responsabilidad de hacer el reclamo es entera del comprador o importador.
- c) Normas rigurosas sobre cancelaciones: El fabricante debe adoptar normas rigurosas sobre cancelaciones. La ruptura de un contrato solo se permite con el consentimiento de ambas partes. Una vez recibido un pedido u orden de compra se establecen penalizaciones de acuerdo a la fecha en que sean cancelados.
- d) Ventas en consignación: Solo se utilizan para que los importadores o distribuidores ensayen o prueben con un nuevo producto. No se recomienda este tipo de venta porque los detallistas no ofrecen los productos que no son de su propiedad.
- e) Cobranza: Se acostumbra que sea personal e individual. El método de cobranza más sencillo es la llamada telefónica, seguido por la visita, luego notificaciones escritas y por último el cobro administrativo, antes de proceder judicialmente.

4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En el mercado mayorista predomina la libre competencia, ...”no se puede vislumbrar un líder absoluto en el canal de distribución”¹⁴. Se observa que los proveedores más

¹⁴ Resultados de una investigación de campo realizada por un estudiante de la Universidad Mariano Galvez en el año 2000

reconocidos por los detallistas son Centracasa, Figueroa y Cía, Ltda.. Aquaroni, Siebold, y Disautoz.

4.3. IMPORTADORES

Para automóviles, los importadores son los mismos. Con relación al subsector de autopartes, a continuación se presenta una lista de los principales importadores, aunque debe mencionarse que los mismos poseen almacenes donde se atiende directamente al público, a la vez que se distribuye a otras tiendas, especialmente ubicadas en los departamentos. La mayoría de estos importadores no cuentan con almacenes en los departamentos y no están interesados en abrirlos debido a que sus principales compradores están ubicados allí, no interesándoles convertirse en su competencia.

- Multirepuestos Figueroa y Cía Ltda
- Disautoz
- Figuepartes S.A.
- Centracasa
- Aquaroni
- Siebold (para suspensión específicamente)
- KARS Autorepuestos

Los datos de estos importadores se presentan en el siguiente punto, clientes potenciales.

4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES

Los clientes potenciales son los principales importadores y distribuidores de repuestos y automotores que operan en Guatemala. Se seleccionaron y ordenaron de acuerdo a información recolectada en entrevistas, ya que no existen estadísticas que indiquen las ventas, especialmente en repuestos, ya que en automotores sí las hay.

Nombre	Repuestos para:	Teléfono	Fax	Dirección	Pagina WEB
Interbuses de Guatemala	Buses, Microbuses	472-3906		2a. Avenida 32-70 Zona 8	
Repueltesa	Buses	475-0776 471-3761		19 av. 4-27 Zona 11, Carabanchel	www.repueltesa.com
Repuestos Hernandez	Buses y Camiones	332-0897, 332-2285, 332-7009	331-8913	1a. Ave. 2-49 Zona 9	
Central de Respuesto Cummins	Cabezales y Plataformas	474-4541, 4733457, 4733438		2ave. 17-69 Zona 12 Km. 60.8 Taxisco, Finca Sta. Leonor Zona 3 de Escuintla	crcrepuestos@intelnett.com
Levatnes & Equipos	Camiones y Cabezales	384-0430, 4332825	384-0426	Km 13 Calz. Roosevelt 13-50 Zona de México	levantes@intelnett.net.gt

Internacional de Repuestos	Cabezales, Camiones de Volteo y Plataformas	473-0065	474-5154	Avenida Petapa 18-63 Zona 12	interrepuestos@hotmail.com
Mayoreo Automotriz	Camiones y Cabezales	475-3727, 475-3730, 4753734	440-1981	5a. Calle 9-28 Zona 12	www.mayoreoautomotriz.com
Kenworth de Centroamerica	Cabezales, Camiones, furgones, cisternas y Plataformas	477-0701	476-0135	Sucursal # 1 Km10.5 ruta al atlantico, Zona 17 Sucursal # 2 Av. Centro America 5-85 Zona 3 de Escuintla	Kenworth@guate.net.gt
Predio Repuestos Maldonado	Cabezal, furgón y plataforma	472-1955, 472-4204, 4402651	472-3242	8a. Ave. 4-52 Zona 12	
REPUESTOS Estrada S.A	Transporte Pesado	476-6961	476-6961	28 calle 10-51 Zona 12 Final del Anillo Periférico. Escuintal Av. Centoramerica 5-76 Zona 3. Puerto Barrios Col. Piedras Negras Km 301.5	www.REPUESTOSestrada.com
MAYEN	Motos y Motocicletas	332-9370	332-9369	1a. Calle 6-53 zona 9 Calle Marti 11-15 Zona 6 Avenida Bolivar 27-34 Zona 3	mayensa@terra.com.gt
IMGARSA	Buses y Camiones	339-1872 872-3852	339-1872 872-3852	2a. Calle 3-16 Zona 9 Cal. Centenario 0-72 Zona 2 Mazatenango	imgarsa@intelnet.net.gt
MAQUIPOS	REPUESTOS para motores Diesel	477-2746 al 477-2750	479-0857	Carretera a Amatitlan Km. 12 Zona 12	www.maquipos.com
Repuestos CLARK	Buses y Camiones	473-1452, 473-1474, 473-2095, 473-1916, 331-1974, 334-1494, 361-4998	473-1675, 3614899	Central: Calz. Aguilar Batrez 15-20 Zona 11. Sucursal: 3a. Ave. 2-36 Zona 9	www.idiacosa.com
SERVICAT, S.A	Buses y Camiones	473-6804, 440-3721, 475-4832, 4403711	440-3711	Avenida Petapa 9-24 Zona 12	www.servicat.com

Super Auto Repuestos S.A. ACQUARONI	Vehículos	331-0931, 339-1085, 334-3168, 254-2587, 472-3282, 4340590	332-6742, 334-7497	7 ave. 1-54 Zona 4 Guatemala, 4a. 3-15 Zona 9, Calle Marti 12-32 Zona 2 Calzada Roosevelt 36-37 Zona 11	
ARUSA	Vehículos	442-3604, 442-3605, 299-2633	442-3606	29 Calle 3-56 Zona 12 Col. El Carmen	
Auto Herrera	Vehículos	334-1815, 3341817	334-1815	3 ave. 9-36 Zona 4	
MIRAGE	Vehículos	440-0203, 254-5340		8a. ave. 30-14 Zona 8 13 ave. 7-51 Zona 6	
Hnos. CIPHER S.A.	Vehículos	238-0777, 761-7159	238-0377	Anillo Periférico 3-00 Zona 3, Xela Quetzaltenango 6-90 Zona 5	www.hermanoscipher.com
Repuestos el Amigo	Vehículos	432-2792, 432-3315, 4329815, 4353617, 433-4523, 473-1584, 437-1687	437-6842	Calz. San Juan Comercial Aranjuez, Zona 3 de México Nueva Monserrat. Calz. Roosevelt 6-54 Zona 2 de México Col. El Tesoro.	repamigo@c.net.gt
Auto Repuesto Linares	Vehículos	334-4880, 339-4249, 332-4403, 437-7103, 476-4065	334-4883	Calzada aguilar Batres 8-67 zona 12	
Auto Repuesto KARS	Vehículos	360-5152, 360-2302, 254-2248, 474-4500, 221-0050, 471-2662	360-5152	10 ave. 2-30 Zona 4, Calle marti 11-80 Zona 2, Calz. Aguilar Batres 14-60 Zona 11, 9a. Calz. San Juan 3-28 Zona 7.	
Auto respuesto Laredo	Vehículos	475-1953, 289-4774		28 calle 1-39 Zona 3, 13 ave. 7-51 Zona 6	laredo@intelnett.net.gt
AutoREPUESTOS Panamericana	Vehículos	443-0448		Boulevard San Cristóbal 0-25 Zona 8 de Mixco	
Auto REPUESTOS San Juan	Vehículos	433-3972, 433-3952, 439-6909	433-3972	Calzada San Juan 34-71 Zona 7	

Auto repuestos Siebold	Vehículos	360-0876, 360-0996, 431-1447, 485-3193, 360-2930, 285-9999, 332-2333	332-2342	3a. Calle 0-77 Zona 9, 12-44 Zona 3 de México Nueva Monserrat, Calzada Roosevelt 18-45 Zona 11, CENTRAL 7a. Ave. 2-30 Zona 4	gerencia@autosiebold.com
Auto REPUESTOS Urquilla	Vehículos	485-6607, 513-0108	485-6602	1a. Calle36-49 Zona 11 Colonia Toledo	
Auto repuestos Pro-partes	Vehículos	473-4545, 471-4787, 473-5060		10 Ave.0-38 Zona 7	
REPUESTOS CIDEA S.A	Vehículos	331-9068, 332-5437, 332-5438, 332-5458, 332-5473, 474-2859, 474-0885, 279-1264, 279-1263	361-2634, 474-2862, 279-1263	Aguilar Batres 44-22 Zona 11	repuestos@intelnett.com
BOAUTO	Vehículos	435-5837, 437-8456	435-62140	Calz. San Juan 37-77 Zona 7	boauto00@intelnett.net.gt
CANELLA	Vehículos	331-5888	331-2576	7 ave. 8-65 Zona 4	
CYRSA	Camiones y Cabezales	479-0655, 479-0656	479-0659	Calz. Aguilar Batres 46 calle 0-17 Zona 12 Monte María I	cyrso@intelnett.com
CENTRACASA	Vehículos	476-2904, 476-8377, 476-3738, 432-2190, 431-5879, 331-2688, 361-6745	332-1396, 476-4253, 432-5367	Calz. Aguilar Batres 26-19, Zona 12 1a. Calle 2-36 Zona 9 Calz. San Juan 10-36 Zona 3 de Mixco	
REPUESTO COFAL	Vehículos	470-3131, 379-0505, 339-3644, 254-7191, 433-4928, 379-0505, 279-4646, 379-3484	433-4928	17 Av. 18-78 Zona 11 Periférico, 10a Ave. 31-71 Zona 5, 2a. Ave. 2- 40 Zona 9, Calle Martí 11- 22 Zona 2, Calz. Revolución 20 de Octubre 48 Ave. Zona 3 de México, 20 calle 11-68	
DIRESA	Vehículos	473-6807, 473-6811, 471-7065, 473-6812, 332-4804, 332-7002	471-2607	Calz. Aguilar Batres 13 calle 4-08 Zona 11, Calz. Aguilar Batres 13 calle 4-20 Zona 11, 2a. Ave. 1-19 Zona 9	diresa@diressagt.com

REPUESTOS MAZDA DE DIDEA	Vehículos	767-6742, 767-7016, 934-7265, 934-7385, 338-8629, 334-6323	360- 7293	Xela 19 Ave. 4- 71 Zona 3, Rio Hondo Km 127.5 Teculután Zacapa, Sala de Ventas Zona 9	repuestos@didea.com.gt
DISAUTOZ	Vehículos	232-2195, 232-1409, 332-6908, 254-0692, 254-0749, 332-6913, 332-6463, 432-6875, 437-0928, 476-0983, 476-2974	471- 1690, 471- 4941, 471- 3413	Calzada Roosevelt 7-74 Zona 7, 7a. Av. 19-40 Zona 1, Calle Martí 12- 87 Zona 2, Calz. San Juan 6-55 , La Brigada Zona 7 de México, 2a. Ave 1-26 Zona 9, 1a. Calle 3-15 Zona 9, calz. Aguilar Batres 26-27 Zona 12.	info@disautoz.com
DISIM	Vehículos	442-0268, 440-8704, 437-8141	476- 9625, 440- 6508	Central de Mayoreo Calz. Aguilar Batres 7- 61 zona 12, 25 calle 4-91 zona 12, 7 Ave. 36-77 Zona 8, 7 Ave. 5-67 Zona 19	www.disim.com.gt
BOSCH	Vehículos	331-7228	331- 0933	8a. Calle 6-60 Zona 4	
Corporación EURO Repuestos S.A.	Vehículos y Transporte pesado	360-3695, 477-3355, 479-0283 /4, 253-2946, 471-0806, 473-5172, 474-4905, 334-4305, 361-0729, 872-2959, 872-2367, 765-0219	479- 0285, 253- 5476, 332- 5063, 440- 3566, 474- 4979, 872- 2367, 763- 1965	10 calle 0-34 Zona 9, Calz. Aguilar Batres 47-42 Zona 11, Calle Martí 8-62 zona 2 , 10a. Av. 3-44 Zona 7, 19 calle 3-39 Zona 12, 5a. Av. 6-77 Zona 4, 3a. Calle 3-16 Zona 3 Mazatenango, 7a. Av. 4-11 Zona 2 Quetzaltenango	www.eurorepuestos.com

Multi repuestos Figuerola & Cia LTDA.	Vehículos y Transporte pesado	476-9990, 476-9991, 476-9989, 332-0731, 331-6034, 331-2611, 477-0458, 270-0774, 360-5222, 331-1177, 440-4100, 440-5010, 440-4200, 256-0104, 256-3428, 472-2806, 475-1842, 435-6802, 476-9980	476- 8871, 442- 2603	Calz. Aguilar Batres 37-55 Zona 12, 1 Calle 1-39 Zona 9, Calle Martí 11- 22 Zona 6, Ruta 3 5-24 Zona 4, Calz San Juan 12-38 Zona 7. C. Com. Metaterminal del Norte 11 avenida 6-33 Zona 18, Avenida Petapa 6-90, Zona 12, Calz. San Juan 2-87 Zona 4.	www.multirepuestos.com.gt
FIGUEpartes S.A.	Vehículos	433-9522, 331-0150, 432-1628, 471-1329, 255-0489	433- 9522, 331- 0150, 432- 1628, 471- 1329, 255- 0489	2a. Calle 32-77 Zona 7, 5a. Ave. 1-20 Zona 9 Terminal, Calzada San Juan 1-13 Zona 7 de México, Calz. Aguilar Batres 42-12 Zona 11, Avenida Petapa 6-57 Zona 12, Boulevard Atlantida 4-09 Zona 18	

Grupo Central Automotriz	Vehículos	277-8000, 277-8021, 277-8023, 277-8200, 277-3300, 277-8100, 277-8122, 332-4032, 434-0565, 277-8300, 277-8500, 277-8400, 277-3400	277-8020, 277-8220, 277-3320, 277-8120, 331-3187, 434-0578, 277-8320, 277-8520, 277-8420, 277-3424	Mitsubishi: Av. Aguilar Batres, 27-20 Zona 11, Blvd. Los Proceres 26-41 Zona 10, 12 Calle 4-54 Zona 9, 10a. Calle 0-79 Zona 9, 3a. Ave. 2-39 Zona 9, Calz. San Juan 4-26 Zona 3 México el Castaño, 7a. Ave. 34-43 Zona 11. Km 14.5 Calzada Roosevelt. Kia: Calz. Aguilar Batres 22-25 Zona 12, Blvd. Los Proceres 26-51 Zona 10, 6a. Ave. 10-37 Zona 9 7a. Ave. 34-43 Zona 11. Km 14.5 Calzada Roosevelt. Ford: Blvd. Los Proceres 26-51 Zona 10 5a. Ave. 12-28 Zona 9, 7a. Ave. 34-43 Zona 11. Km 14.5 Calzada Roosevelt.	
REPUESTOS HINO Central	Transporte Pesado	471-1333, 473-5867, 471-4838, 258-0756, 889-1902, 872-2485, 764-8494, 951-1692, 951-4330, 934-7058, 767-2932	872-2485, 934-7058, 767-2932, 471-4838	Calz. Roosevelt 11-76 Zona 7, Km 6.5 Carretera al Atlántico, Ave. Centroamérica 8-39 Zona 3 Escuintla, Centro C. San Bartolomé Mazatenango, Km 259 Carretera Interamericana Huehuetenango, 2a Calle 16-92 Zona 4 Coban, Km 120 Carretera al Atlántico Teculután, Plaza Castilla 9a. Calle 24-36 Zona 7 Quetzaltenango.	

MOAUTO	Vehículos	331-2614, 334-1194, 362-6209, 361-0119, 336-3690, 335-4379		4a. Ave 2-07 Zona 9, 1a. Calle 2-81 Zona 10 , 22 calle 35-66 Zona 5	
AUTO PARTS	Vehículos	477-0650/ 57	477- 0658	Calz. Aguilar Batres 23-80 zona 11	napa@didea.com.gt
Plaza Automotriz	Vehículos	477-0650/57	477- 0658	Calz. Aguilar Batres 23-80 zona 11	
REPUESTOS ARAMA	Vehículos japoneses	361-7339, 473-7014, 361-7338, 361-0646, 361-0643	361- 7339	1a. Calle 2-66 Zona 9	reparama@intelnett.com
REPUESTOS Mercedes-Benz	Vehículos de lujo	432-4009, 437-5982, 432-1492, 331-2392, 440-8126, 440-0758, 289-1354, 872-1159, 517-2920, 775-2470, 775-2470, 765-5196, 479-0122	437- 5638	Aguilar Batres, La Terminal, Roosevelt, La San Juan , Calz Jose Milla, Mazatenango 1 , Mazatenango 2, Coatepeque, Quetzaltenango	repsanjose@itelqua.com
REYCA, S.A	Vehículos de Lujo	331-8075	331- 3318	10 Avenida 3-20 Zona 4	
SERVI- REPUESTOS S.A.	Vehículos	471-5701 /02, 471-5731, 471-5739 /41 /48 /58, 256- 3355, 258- 4773, 258- 4774, 433- 0198, 434- 0580, 437- 7096, 442- 2303, 476- 2857		Ave. Petapa 4- 29 Zona 12, Calle Martí 12- 58 Zona 2, Meta Terminal del Norte Zona 18, El Castaño Zona 3 de México, Aguilar Batres Zona 12	
REPUESTOS UNIAUTO	Vehículos	476-1537, 477-0781, 442-4377	332- 1353	Avenida Petapa 36-09 Zona 12	www.peugeot.com
REPUESTOS HYUNDAI	Vehículos	474-3131, 474-3141	474- 3127	Calz. Roosevelt 18-23 Zona 11, 6 ta. Avenida 1- 75 Zona 9 , Talleres: Ave. Petapa 36-09 Zona 12	

SEREGUA	Transporte Pesado	476-3335, 477-0003, 477-0011, 761-5907, 934-8460, 293-8851	476- 2909, 477- 0011	Repuestos: 24 calle 5-78 Zona 11, Talleres: 22 calle 7-19 zona 11, Quetzaltenango 7ave. 15-47 Zona 5 las Rosas, Teculután Km 122.5 Carretera al Atlántico	www.comeralomni.com
---------	-------------------	---	-------------------------------	--	--

4.5. CONCLUSIONES DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En Guatemala, al igual que en los otros países de Centro América, los distribuidores de automóviles manejan más de una marca. De esta forma pueden obtener ventas y utilidades suficientes como para mantenerse en el mercado, debido a la alta dispersión de las ventas entre las diferentes marcas. La comercializadora de automotores particulares más grande pertenece a Cofiño Stahl con ventas de 10,051 unidades en el 2003.

Los márgenes de comercialización en automotores, tanto comerciales como particulares, son usualmente del 30% del precio CIF, del cual los concesionarios deben destinar el 5% a publicidad. Los inventarios que manejan en Guatemala son normalmente de 90 a 120 días, con la excepción de la marca Toyota para la cual se manejan inventarios de 60 días por su alta rotación.

Todos los distribuidores del sector, sin importar si son de autos o de repuestos adquieren su mercancía FOB. Los importadores de autos logran recibir hasta 45 días de crédito y todos utilizan la carta de crédito como mecanismo de pago. Por su parte, en el proceso de importación de repuestos, rara vez obtienen crédito de los proveedores (solo en casos de relaciones consolidadas) y no es usual que se abran cartas de crédito a favor de los exportadores sino en casos que los negocios sean en extremo atractivos para los exportadores. Estos importadores funcionan en el mercado también como mayoristas y minoristas, no otorgando crédito a ningún nivel de la cadena de comercialización. Los pequeños detallistas en cambio, usualmente otorgan créditos de máximo una semana a los talleres automotrices.

En cuanto a las posibilidades de cambios en la estructura de comercialización no se visualizan en lo que corresponde a automotores, tanto comerciales como particulares. Para repuestos sí se vislumbran cambios ya que es probable que en el futuro más ventas se realicen de los importadores directamente a los consumidores o mecánicos eliminando el uso de los minoristas, al menos en la capital. Los minoristas prevalecerán en los departamentos (el interior del país), donde no tienen almacenes los mayoristas – importadores.

5. Condiciones de Acceso

Es muy importante el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de automotores a Guatemala, pues esto le permite al empresario colombiano calcular los montos en que se incrementa el costo de su producto y compararse frente a productos provenientes de otros países.

En este capítulo se describen los impuestos y gravámenes que se aplican a los productos que se importan desde Colombia a Guatemala, así como los requisitos generales y específicos que, por su naturaleza, se exigen para garantizar el bienestar de los consumidores.

5.1. Derechos Arancelarios

5.1.1 Vehículos Particulares

Los vehículos incluidos en las partidas 87.01, 87.06 y 87.09 están exentos de arancel, la 87.02, 87.04, pagan 5%, la 87.10 10% y para las partidas 87.05 y 87.07 el arancel es del 5%. Dentro de sus proveedores se encuentra México por tal razón, en la tabla a continuación se desagregan las preferencias que tiene este país para este tipo de productos.

Partida Arancelaria	Descripción	Arancel General	Arancel México
8701	Tractores	0%	0%
8702	Vehículos para el transporte de 10 o más personas	5%	0%
8704	Vehículos para el transporte de mercancías	5%	0%
8705	Vehículos para usos especiales (ej. Bomberos, blindados)	20%	0% - 12%
8706	Chasis para vehículos de las partidas 8701 a 8705	0%	0%
8707	Carrocerías para vehículos de las partidas 8701 a 8705	20%	6% - 12%
8709	Carretillas automóvil como las usadas en almacenes, puertos, etc.	0%	0%
8710	Tanques y demás vehículos blindados de guerra	10%	10%

Fuente: Sieca

5.1.2 Vehículos Particulares

Como se puede observar en la tabla a continuación, los aranceles que se deben pagar para ingresar vehículos particulares a Guatemala oscilan entre 5% y 20%. México es uno de los principales proveedores de las importaciones y a pesar de tener un Tratado de Libre Comercio con Guatemala, no todos los productos incluidos bajo este subsector gozan de preferencia.

Partida	Descripción	Arancel General	Arancel México
---------	-------------	-----------------	----------------

Partida	Descripción	Arancel General	Arancel México
8703.10.00	Vehículos especialmente concebidos para desplazarse sobre nieve; vehículos especiales para transporte de personas en campos de golf y vehículos similares	20%	20%
8703.21	-- De cilindrada inferior o igual a 1,000 cm3:		
8703.21.10	--- Rústicos	15%	15%
8703.21.20	--- Con capacidad de 6 a 9 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas, dos puertas laterales delanteras y 1 ó 2 puertas laterales mas, piso plano y compuerta o compuertas traseras	15%	15%
8703.21.30	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	20%	20%
8703.21.40	--- Ambulancias y carros de bomberos	5%	5%
8703.21.90	--- Otros	20%	20%
8703.22	-- De cilindrada superior a 1,000 cm3 pero inferior o igual a 1,500 cm3:		
8703.22.10	--- Rústicos	15%	15%
8703.22.20	--- Con capacidad de 6 a 9 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas, dos puertas laterales delanteras y 1 ó 2 puertas laterales mas, piso plano y compuerta o compuertas traseras	15%	15%
8703.22.30	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	20%	20%
8703.22.40	--- Ambulancias y carros de bomberos	5%	5%
8703.22.90	--- Otros	20%	20%
8703.23	-- De cilindrada superior a 1,500 cm3 pero inferior o igual a 3,000 cm3:		
8703.23.10	--- Rústicos	15%	15%
8703.23.20	--- Con capacidad hasta de 9 personas (conductor incluido), tracción en las 4 ruedas, caja de transferencia de 2 rangos, con carrocería montada en chasis tipo escalera	15%	15%
8703.23.30	--- Con capacidad de 6 a 9 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas, dos puertas laterales delanteras y 1 ó 2 puertas laterales mas, piso plano y compuerta o compuertas traseras	15%	15%
8703.23.40	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	20%	20%
8703.23.50	--- Ambulancias y carros de bomberos	5%	5%
8703.23.90	--- Otros	20%	20%
8703.24	-- De cilindrada superior a 3,000 cm3:		
8703.24.10	--- Rústicos	15%	15%
8703.24.20	--- Con capacidad hasta de 9 personas (conductor incluido), tracción en las 4 ruedas, caja de transferencia de 2 rangos, con carrocería montada en chasis tipo escalera	15%	15%

Partida	Descripción	Arancel General	Arancel México
8703.24.30	--- Con capacidad de 6 a 9 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas, dos puertas laterales delanteras y 1 ó 2 puertas laterales mas, piso plano y compuerta o compuertas traseras	15%	15%
8703.24.40	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	20%	20%
8703.24.50	--- Ambulancias y carros de bomberos	5%	5%
8703.24.90	--- Otros	20%	20%
8703.31	-- De cilindrada inferior o igual a 1,500 cm3:		
8703.31.10	--- Rústicos	15%	15%
8703.31.20	--- Con capacidad de 6 a 9 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas, dos puertas laterales delanteras y 1 ó 2 puertas laterales mas, piso plano y compuerta o compuertas traseras	15%	15%
8703.31.30	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	20%	20%
8703.31.40	--- Ambulancias y carros de bomberos	5%	5%
8703.31.90	--- Otros	20%	20%
8703.32	-- De cilindrada superior a 1,500 cm3 pero inferior o igual a 2,500 cm3:		
8703.32.10	--- Rústicos	15%	15%
8703.32.20	--- Con capacidad hasta de 9 personas (conductor incluido), tracción en las 4 ruedas, caja de transferencia de 2 rangos, con carrocería montada en chasis tipo escalera	15%	15%
8703.32.30	--- Con capacidad de 6 a 9 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas, dos puertas laterales delanteras y 1 ó 2 puertas laterales mas, piso plano y compuerta o compuertas traseras	15%	15%
8703.32.40	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	20%	20%
8703.32.50	--- Ambulancias y carros de bomberos	5%	5%
8703.32.90	--- Otros	20%	20%
8703.33	-- De cilindrada superior a 2,500 cm3:		
8703.33.10	--- Rústicos	15%	15%
8703.33.20	--- Con capacidad hasta de 9 personas (conductor incluido), tracción en las 4 ruedas, caja de transferencia de 2 rangos, con carrocería montada en chasis tipo escalera	15%	15%
8703.33.30	--- Con capacidad de 6 a 9 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas, dos puertas laterales delanteras y 1 ó 2 puertas laterales mas, piso plano y compuerta o compuertas traseras	15%	15%
8703.33.40	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	20%	20%
8703.33.50	--- Ambulancias y carros de bomberos	5%	5%
8703.33.90	--- Otros	20%	20%
8703..9000	Otros	20%	20%

Partida	Descripción	Arancel General	Arancel México
87.11	Motocicletas y triciclos a motor	10%	6%

Fuente: Sieca

5.1.3 Repuestos y Autopartes

Los aranceles que se deben pagar para ingresar repuestos y autopartes a Guatemala oscilan entre 0% y 10%. Los principales proveedores de las importaciones de este tipo de productos son: Estados Unidos, Japón, China, Alemania, Brasil y Corea, países que no gozan de ninguna preferencia, por tal razón ingresan pagando el arancel general.

Partida	Descripción	Arancel
8714	PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS DE LAS PARTIDAS 87.11 A 87.13	
8714.1	- De motocicletas y triciclos a motor (incluidos los también a pedales):	
8714.11.00	- - Sillines (asientos)	10%
8714.19.00	- - Los demás	10%
8714.20.00	- De sillones de ruedas y demás vehículos para inválidos	0%
8714.9	- Los demás:	
8714.91	- - Cuadros y horquillas, y sus partes:	
8714.91.10	- - - Cuadros y horquillas	10%
8714.91.90	- - - Partes	5%
8714.92	- - Llantas (aros) y radios (rayos):	
8714.92.10	- - - Llantas (aros)	10%
8714.92.20	- - - Radios (rayos)	0%
8714.93.00	- - Bujes sin freno y piñones libres	0%
8714.94.00	- - Frenos, incluidos los bujes con freno, y sus partes	0%
8714.95.00	- - Sillines (asientos)	0%
8714.96.00	- - Pedales y mecanismos de pedal, y sus partes	0%
8714.99	- - Los demás:	
8714.99.10	- - - Manivelas (manubrios, timones, manillares), guardabarros (loderas), cubrecadenas y parrillas portaequipaje (excepto de plástico)	10%
8714.99.20	- - - Puños (mangos) y parrillas portaequipaje (incluso para herramientas), de plástico	0%
8714.99.90	- - - Otros	0%

Fuente: Sieca

5.2. Barreras No Arancelarias

No se identificaron barreras no arancelarias para los automóviles y autopartes. El único requisito es la factura comercial original para presentarla en aduanas previo al pago de aranceles e IVA.

5.3. Impuestos Internos

En Guatemala, existen 3 clases de impuestos: Impuesto al Valor Agregado, Impuesto sobre la Renta, Impuesto a las Empresas Mercantiles.

Impuesto al Valor Agregado: es el 12% del precio de los bienes. En el caso de importaciones se calcula el 12% sobre el precio CIF + Arancel. Las empresas deben declarar el IVA recolectado mensualmente y al momento de pagar pueden restar todo el IVA que han pagado en la adquisición de sus insumos y materias primas. Existen algunas empresas exentas del pago de IVA como instituciones sin fines de lucro, especialmente las educativas, y los diplomáticos.

Debe resaltarse que no hay exoneraciones de IVA para alimentos, ni siquiera aquellos incluidos en la canasta básica.

Impuesto sobre la Renta: es el 31% de las utilidades netas antes de impuesto de las empresas mercantiles. En el caso de personas individuales registradas ante la Superintendencia de Administración Tributaria es también 31% si son “contribuyentes individuales”. En el caso de los “pequeños contribuyentes”, cuya facturación es máximo Q.60,000 anuales no pagan ISR, sino que pagan el 5% trimestral de su facturación. Incluso las empresas extranjeras que lucren en Guatemala pagan ISR, por lo que la mayoría de los clientes retienen ISR. En el caso de que la venta se realice localmente, si la venta es una exportación desde Colombia esto no es aplicable

Impuesto a las Empresas Mercantiles: Es el 2.5% trimestral sobre Activos Totales o sobre Ventas Totales. La empresa decide sobre que forma pagará y lo notifica a la Superintendencia de Administración Tributaria. Debe permanecer en la misma forma de pago, al menos que solicite el cambio a la SAT.

6.PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

El sector Automotores ha crecido vertiginosamente en los últimos cuatro años, producto principalmente de una disminución en la tasa de interés que ha estimulado la adquisición de vehículos nuevos y a la vez ha hecho que los precios de los autos usados disminuyan. De acuerdo a todos los actores entrevistados, se prevé que continúe el crecimiento del sector en los próximos años, especialmente el del subsector repuestos, ya que el parque automotor se está incrementando anualmente.

Este sector se dividió en tres subsectores, vehículos particulares, vehículos comerciales, y repuestos. En los dos primeros subsectores, los consumidores reconocen las marcas y consideran que las asiáticas son las mejores, especialmente Toyota y Mitsubishi para particulares e Hino y Hyundai para comerciales. Sin embargo, se encontró que en Guatemala se comercializan gran cantidad de marcas, todas ellas importadas ya que en el país sólo hay una fábrica, pero exclusivamente de carrocerías, especializada en furgones pequeños y autobuses, que no constituye una competencia importante.

Los consumidores prefieren los vehículos elaborados en la casa matriz de la marca. Por ejemplo, prefieren los volkswagen hechos en Alemania que los fabricados en Brasil o México. Sin embargo, los distribuidores no presentan preferencia por el lugar de fabricación lo que brinda oportunidades a los fabricantes colombianos. Sin embargo esta oportunidad se ve truncada por los contratos de comercialización existentes los cuales indican explícitamente la fábrica de la cual deben proveerse los comercializadores. Esto sin duda alguna establece una limitante, hasta el momento insalvable, ya que los comercializadores no están dispuestos a infringir sus contratos con las marcas que representan. La única forma de importar vehículos colombianos a Guatemala es que estos contratos sean modificados, lo cual se lograría a través de las distintas casas matrices.

En cuanto al subsector de repuestos el panorama es totalmente diferente. El consumidor no reconoce las distintas marcas, sino que prefiere los de menor precio, siempre y cuando cumplan con los requerimientos de la pieza. El mercado está siendo suplido principalmente por fabricantes asiáticos, entre los que destacan productores chinos y coreanos. La razón es el bajo precio de estos insumos. Sin embargo, en el mercado se reconoce al repuesto colombiano como un producto de excelente calidad, superando a los asiáticos, por lo que los distribuidores están dispuestos a adquirirlo. Los repuestos que más se demandan son para autobuses y vehículos de carga que en su mayoría poseen muchos años ya que fueron importados usados. En vehículos particulares la mayoría de los repuestos son para compactos y camionetas agrícolas ya que estos constituyen la mayor parte de la flota vehicular de Guatemala.

Para penetrar el mercado de repuestos lo que se requiere es bajo precio, ya que relaciones comerciales que existían previamente entre fabricantes colombianos e importadores guatemaltecos terminaron porque los precios eran muy elevados.

Actualmente los comercializadores no creen que la alta calidad tenga que estar divorciada de bajos precios, por lo que demandan productos de buena calidad pero a precios competitivos. Además, debe de ofrecer flexibilidad en el tamaño de los pedidos, ya que el mercado local requiere en ocasiones de pedidos inferiores a un contenedor o a medio contenedor, por lo que debe utilizarse carga consolidada.

Para establecer relaciones comerciales el primer paso debe ser enviar los catálogos a los distintos importadores-distribuidores que operan en el país. Posteriormente visitarlos personalmente con el objetivo de revisar en conjunto el catálogo con las necesidades de los clientes y poder obtener pedidos. Muchos fabricantes utilizan representantes, pero esta modalidad no se recomienda ya que los distribuidores prefieren el trato directo, ya que consideran que esto influye en menores precios.