

# **Estudio de Mercado – El Salvador**



## **Estudio del Sector Automotores**

- ✓ Vehículos Particulares
- ✓ Vehículos Comerciales
- ✓ Auto partes

**ISBN 958-629-193-6** □ □



**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](http://www.proexport.gov.co)  
[www.proexport.com.co](http://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](http://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@cable.net.co](mailto:consultor@cable.net.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 El Salvador– Sector Automotores. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 95 páginas.

Bogotá, Agosto del 2004

## **Estimado Empresario:**

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo del gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP' with a stylized flourish.

**Luis Guillermo Plata P.**  
Presidente PROEXPORT

# TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>8</b>
<b>1. INFORMACIÓN GENERAL</b>	<b>10</b>
1.1. EVOLUCION DEL SECTOR	10
1.2. SUBSECTORIZACIÓN	10
<b>2. COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO</b>	<b>13</b>
2.1. TAMAÑO DEL MERCADO	13
2.1.1. EVOLUCIÓN DEL MERCADO	14
2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR	15
2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS	16
2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS	23
2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL	28
2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – EL SALVADOR	28
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	29
2.2.1. VEHÍCULOS COMERCIALES	29
2.2.2 VEHÍCULOS PARTICULARES	30
2.2.3. REPUESTOS	31
2.2.4. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES	32
2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	36
2.5. CONCLUSIONES DE COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	37
<b>3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA</b>	<b>39</b>
3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA	39
3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS	41
3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	44
3.2. MEZCLA DE MERCADEO	46
3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS	46
3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE AUTOMOTORES	48
3.3 COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR	49
3.4 CONCLUSIONES DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	58
<b>4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION</b>	<b>61</b>
4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	61
4.1.1. VEHÍCULOS PARTICULARES Y COMERCIALES	62
4.1.2. REPUESTOS Y AUTO PARTES	68
4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	70
4.3. IMPORTADORES	71
4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES	72

#### **4.5. CONCLUSIONES DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN 73**

#### **5. ACCESO AL MERCADO 75**

<b>5.1 SITUACIÓN DEL SECTOR EN EL MARCO DEL MERCADO COMÚN CENTROAMERICANO Y LOS TLC</b>	<b>75</b>
<b>5.2. DERECHOS ARANCELARIOS</b>	<b>75</b>
<b>5.2.1 VEHÍCULOS PARTICULARES</b>	<b>75</b>
<b>5.2.2 VEHÍCULOS PARTICULARES</b>	<b>76</b>
<b>5.2.3 REPUESTOS Y AUTOPARTES</b>	<b>78</b>
<b>5.4 IMPUESTOS INTERNOS</b>	<b>82</b>
<b>5.4.2 IMPUESTO SOBRE LA RENTA</b>	<b>83</b>
<b>5.4.3 OTROS IMPUESTOS</b>	<b>84</b>
<b>5.5 CALCULO DEL IMPUESTO A PAGAR POR VEHÍCULOS TERMINADOS</b>	<b>84</b>

#### **6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES 87**

#### **INDICE DE TABLAS**

<b>TABLA 1 PARTIDAS ARANCELARIAS PARA LOS PRODUCTOS EN ESTUDIO</b>	<b>10</b>
<b>TABLA 2 TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO EN US\$, AÑO 2002</b>	<b>13</b>
<b>TABLA 3. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO EN US\$</b>	<b>14</b>
<b>TABLA 4 IMPORTACIONES POR LÍNEA EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002</b>	<b>17</b>
<b>TABLA 5 EXPORTACIONES POR LÍNEA EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002</b>	<b>23</b>
<b>TABLA 6 BALANZA COMERCIAL DE EL SALVADOR POR LÍNEA DE 1999 HASTA 2002</b>	<b>28</b>
<b>TABLA 7. IMPORTACIONES EN EL SALVADOR PROCEDENTES DE COLOMBIA</b>	<b>29</b>
<b>TABLA 8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN POR MARCA.</b>	<b>41</b>
<b>TABLA 9 DISTRIBUCIÓN DE PLANTAS PRODUCTORAS DE VEHÍCULOS POR MODELO</b>	<b>43</b>
<b>TABLA 10: DISTRIBUCIÓN DE PLANTAS PRODUCTORAS DE AUTO PARTES</b>	<b>43</b>
<b>TABLA 11 PARTICIPACIÓN DE MERCADO SECTOR AUTOMOTRIZ. VENTAS AÑO 2002</b>	<b>48</b>
<b>TABLA 12 . PRECIOS DE LOS AUTOMOVILES EN US\$, CANAL DE DISTRIBUCION Y PUBLICIDAD</b>	<b>49</b>
<b>TABLA 13. PRECIOS DE REPUESTOS DE VEHÍCULOS PARTICULARES Y COMERCIALES EN US\$, CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	<b>54</b>
<b>TABLA 14. PRECIOS DE REPUESTOS PARA TRANSPORTE PÚBLICO EN US\$, CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	<b>57</b>
<b>TABLA 15 IMPORTADORES DE VEHÍCULOS TERMINADOS (NUEVOS), POR MARCAS, PROCEDENCIA Y PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN.</b>	<b>62</b>
<b>TABLA 16 BASE DE CLIENTES POTENCIALES</b>	<b>72</b>

#### **INDICE DE GRAFICAS**

<b>GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DE LOS SUBSECTORES EN EL SECTOR AUTOMOTORES EN EL SALVADOR</b>	<b>13</b>
<b>GRÁFICA 2 EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE AUTOMOTORES EN EL SALVADOR</b>	<b>14</b>

GRÁFICA 3. EVOLUCIÓN DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE AUTOMOTORES EN EL SALVADOR, EN US\$	16
GRÁFICA 4. IMPORTACIONES DE AUTOMOTORES DESDE 1999 HASTA 2002	17
GRÁFICA 5. PARTICIPACIÓN DE CADA LÍNEA EN ESTUDIO EN EL TOTAL DE IMPORTACIONES DEL SECTOR AÑO 2002	18
GRÁFICA 6. IMPORTACIONES DE COMERCIALES DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	18
GRÁFICA 7. ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES COMERCIALES POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002	19
GRÁFICA 8. IMPORTACIONES DE PARTICULARES DESDE 1999 HASTA 2002, EN CIF US\$	20
GRÁFICA 9. ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PARTICULARES POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002	21
GRÁFICA 10. IMPORTACIONES DE REPUESTOS DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	22
GRÁFICA 11. ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE REPUESTOS, AÑO 2002	22
GRÁFICA 12. EXPORTACIONES DE AUTOMOTORES EN US\$	23
GRÁFICA 13. EXPORTACIONES DE AUTOMOTORES POR LÍNEA, EN PORCENTAJE, AÑO 2002	24
GRÁFICA 14. EXPORTACIONES DE COMERCIALES EN US\$	25
GRÁFICA 15. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE COMERCIALES, 2002	25
GRÁFICA 16. EXPORTACIONES DE PARTICULARES EN US\$	26
GRÁFICA 17. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PARTICULARES, 2002	26
GRÁFICA 18. EXPORTACIONES DE REPUESTOS EN US\$	27
GRÁFICA 19. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE REPUESTOS, 2002	27
GRÁFICA 20. BALANZA COMERCIAL DE EL SALVADOR SECTOR AUTOMOTORES	28
GRÁFICA 21. IMPORTACIONES PROCEDENTES DE COLOMBIA SECTOR AUTOMOTORES, AÑO 2002 EN US\$	29
GRÁFICA 22. PARTICIPACIÓN DE MERCADOS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN EL SUBSECTOR DE AUTOPARTES.	71
GRÁFICA 23. PARTICIPACIÓN DE MERCADOS DEL CANAL DE CONCESIONARIOS.	71

## **INDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1: LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL	89
--	----

## RESUMEN EJECUTIVO

El sector de automotores en El Salvador y para efectos de éste estudio cuenta con tres diferentes ramas cuyo comportamiento es radicalmente diferente: vehículos comerciales, vehículos particulares y auto partes. El primer subsector, vehículos comerciales, representa el 49% del tamaño total del sector. Los vehículos particulares son el 40%, y las auto partes el restante 11%.

La relevancia de los vehículos comerciales dentro del sector, obedece principalmente a la importación de autobuses como consecuencia de la legislación promulgada en el 2.000 en la cual se exigió la renovación de la flota de transporte. Aunque en los últimos años, el crecimiento de éste tipo de vehículos aumentó, se espera que para los próximos años vuelva a sus niveles habituales, es decir anteriores al año 2.000.

El sector automotores en El Salvador, mostró recuperación en el año 2002, llegando a poseer un tamaño de mercado de US\$267 millones. Esta recuperación se dio luego de dos años de continuo decrecimiento.

En el Salvador, no existen empresas fabricantes de vehículos o repuestos, razón por la cual estos productos son importados en su totalidad. El origen de las importaciones depende principalmente del subsector que se estudie. Por ejemplo, en automóviles, tanto comerciales como particulares, los principales países proveedores son Estados Unidos y Japón. En cambio en repuestos o auto partes destacan los provenientes de China, seguido por Estados Unidos y Japón. Esto último es el reflejo de que los consumidores son muy sensibles al precio en el subsector de repuestos.

Los consumidores de vehículos comerciales son diferentes de acuerdo al segmento en el que se desempeñen. En el caso de los autobuses, los consumidores usualmente son personas particulares o empresas que los adquieren basados en su precio, mas no en la comodidad de las unidades. En el caso de los camiones de carga, los compradores son los mismos dueños y conductores quienes prestan sus servicios a empresas a quienes prestan sus servicios para movilizar mercancías. Aunque no es una regla general, éste comportamiento es la norma.

En el Salvador, se comercializan muchas marcas de automóviles y de repuestos, no obstante la marca líder en el mercado sigue siendo Toyota a pesar de la entrada de nuevas marcas al mercado como Kia, Hyundai y Peugeot. Las dos primeras con una estrategia de precio bajo y más comodidades dentro del vehículo.

El precio mas bajo de los vehículos nuevos que se comercializan en El Salvador no baja de US\$9,000, mientras que las camionetas mantienen precios base de alrededor US\$30,000. En cuanto a las auto partes los precios son muy variados



ya que no sólo dependen de la parte que se requiera sino de la marca del repuesto.

Todos los fabricantes del sector mantienen estrictos contratos con los distribuidores en los cuales se especifica la planta de la cual deben adquirir sus productos. Así mismo la marca establece los estándares de atención y las fechas para realizar pedidos por lo que normalmente mantienen inventarios de 90 a 120 días en vehículos y de 60 a 90 días en repuestos.

En El Salvador, existen sólidos grupos económicos que distribuyen en el país y en la región vehículos de diferentes marcas, independientemente si son o no competencia directa entre ellas. Independientemente de la rentabilidad del negocio per-se, éstos grandes distribuidores intentan optimizar sus recursos financieros sacando ventaja de cada metro cuadrado que hace parte de sus locales y vitrinas.

Los vehículos nuevos solo pueden ser adquiridos en concesionarios. Incluso en el caso de licitaciones pues ni el Estado ni la empresa privada adquieren vehículos a distribuidores o fabricantes extranjeros debido a la garantía y el servicio que les prestan las empresas locales.

Por su parte, las auto partes son importadas a El Salvador directamente por los mismos concesionarios y por algunos distribuidores que importan repuestos originales. También existen importadores de repuestos no originales, los cuales hacen el grueso del mercado pues las personas después de perdida la garantía del vehículo, prefieren llevar su vehículo a talleres particulares quienes colocan repuestos no originales.

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1. EVOLUCION DEL SECTOR

En el período analizado (1999 – 2002) el sector tuvo un crecimiento del 2.8% sobrepasando los US\$267 millones para el año 2002. El subsector de mayor crecimiento correspondió a repuestos con 17.7%, mientras que el sub sector de vehículos particulares aumentó en un 11.3%. Contrario a las tendencias crecientes de los dos sub sectores anteriormente mencionados, el subsector de vehículos comerciales presentó un decrecimiento en el mismo periodo del 5.7%. A pesar del decrecimiento del subsector, éste mantuvo su liderazgo en la participación del sector. La razón del decrecimiento se fundamentó en las restricciones económicas que experimentaron tanto industriales como empresas transportistas.

En el año 2002 la producción nacional de el sector automotores no represento ningún porcentaje para el producto interno bruto, puesto que El Salvador no fabricó ningún tipo de vehículo ni de auto partes.

### 1.2. SUBSECTORIZACIÓN

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

- Vehículos Particulares: incluye autos, camionetas y taxis.
- Vehículos Comerciales: camiones y camionetillas para manejar carga y autobuses para transporte de pasajeros
- Repuestos y Accesorios: Sistemas de fricción; sistemas de suspensión, filtros, sistema de dirección, embragues, rines, baterías, cables y guayas y sistemas de transmisión

A continuación se presentan las partidas arancelarias investigadas en el estudio del sector Automotores en el Salvador. 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
	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
<b>Particulares</b>	8703	Vehículos para el transporte de 10 ó menos pasajeros, incluyendo los de turismo
	8711	Motocicletas y triciclos a motor
<b>Repuestos</b>	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 de SIECA

El gobierno salvadoreño durante los últimos años ha venido endureciendo las medidas contra la importación de vehículos usados, colocando barreras arancelarias que desestimen la importación de éste tipo de vehículos. Adicionalmente y en contraposición, la entrada al mercado de vehículos económicos pero de precio económico ha permitido a una porción de la población adquirir carro propio aumentando de ésta manera la importación de vehículos particulares y de las auto partes.

Por su parte, la mayor venta de automóviles de gama baja, ha incrementado la demanda de repuestos genéricos en el mercado, debido principalmente a que los propietarios una vez finalizada la garantía acuden a talleres independientes cuya principal fuente de abastecimiento no son exactamente los importadores de repuestos originales.

Con respecto a las perspectivas esperadas del sector a nivel de crecimiento se espera que sea positivo, generado por el desarrollo de repuestos el cual va a tener un crecimiento continuo motivado por el crecimiento en el parque automotor.

En cuanto a vehículos se espera en su comportamiento un crecimiento moderado, originado por las mejoras económicas por aumento en las remesas e industrialización del país, al igual que por el crecimiento poblacional.

A nivel de consumo el Salvadoreño preferirá las camionetas, pero el crecimiento en su demanda se verá limitada por el poder adquisitivo de las personas, por esta razón los automóviles compactos serán los que tengan un aumento en sus ventas, pues de acuerdo a sus precios, estos podrán ser adquiridos por el mayor

porcentaje de la población salvadoreña, puesto que la cuota de pago del crédito va a estar de acuerdo a su capacidad económica.

## 2. COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

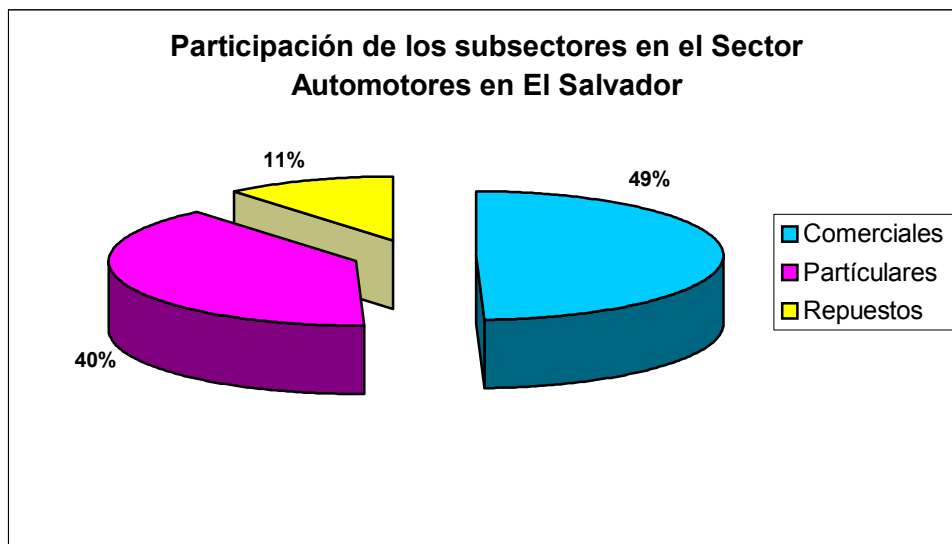
En este capítulo se muestra el tamaño del mercado de automotores en El Salvador, así como la composición del mismo. Es decir, se describe qué tamaño posee cada subsector y como ha evolucionado en los últimos años. Además se explica el comportamiento del comercio exterior, tanto importaciones y exportaciones como el comercio bilateral con Colombia.

Para describir el mercado se hace un acercamiento al consumidor salvadoreño para ubicar al lector. Se mencionan las clases o niveles socioeconómicos para luego entrar a explicar el comportamiento de cada nivel frente a los productos del sector en estudio.

### 2.1. TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado de automotores en El Salvador en el año 2002 ascendió a más de US\$267 millones, de los cuales vehículos comerciales pesa el 49% del sector reforzado principalmente por vehículos destinados a carga. Este comportamiento se debe a que desde mediados de los años noventa, El Salvador ha buscado incentivar el desarrollo industrial y comercial de El Salvador, generando un crecimiento sostenido del subsector a pesar de los últimos años objeto de éste estudio.

**Gráfico 1. Participación de los subsectores en el Sector Automotores en El Salvador**



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

**Tabla 2 Tamaño Aparente del mercado en US\$, año 2002**

<b>Año 2002</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Producción local</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Tamaño del mercado</b>
Comerciales	132.602.874	0	501.919	132.100.955
Particulares	106.101.208	0	221.258	105.879.950
Repuestos	30.321.185	0	953.154	29.368.031
<b>Total del sector</b>	<b>269.025.267</b>	<b>0</b>	<b>1.676.331</b>	<b>267.348.936</b>

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA y de información recolectada en entrevistas

A diferencia de otros sectores de la economía, las reexportaciones en El Salvador son mínimas respecto al nivel de importaciones del sector. A pesar de la existencia de productores de auto partes tales como cauchos para uso diverso, las estadísticas son inexistentes y se sospecha que su tamaño es irrelevante con respecto al tamaño del sector

### 2.1.1. EVOLUCIÓN DEL MERCADO

En el período analizado (1999 – 2002) el sector creció un 2.8%. Este crecimiento leve se debe a que en el 2000 el mercado decreció drásticamente debido a recesión económica que vivió el país, lo cual se reflejó en altas tasas de interés que dificultaron la adquisición de vehículos.

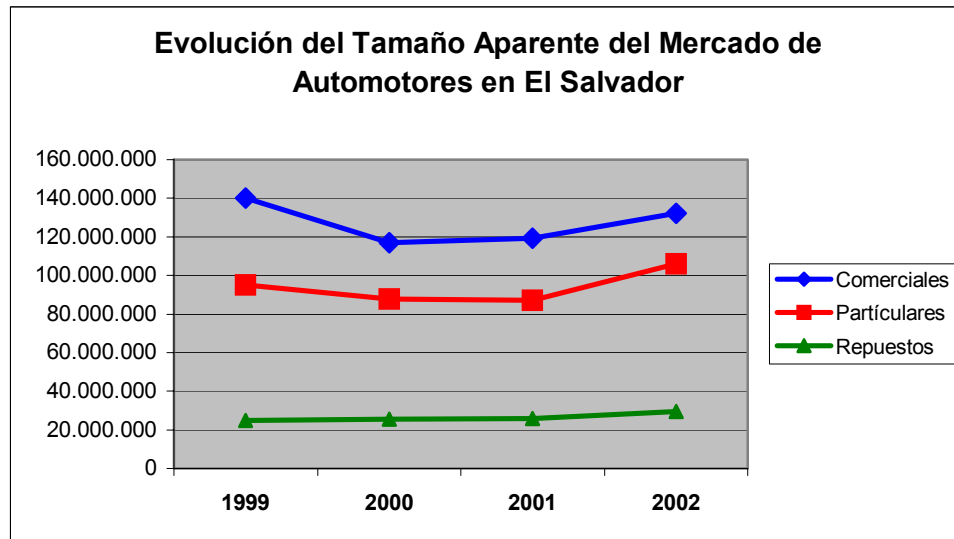
**Tabla 3. Evolución del Tamaño Aparente del Mercado en US\$**

	<b>Años</b>			
	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
Comerciales	140.053.653	117.052.644	119.211.749	132.100.955
Particulares	95.143.434	87.624.700	87.089.130	105.879.950
Repuestos	24.946.667	25.460.833	25.957.529	29.368.031
<b>Total del Sector</b>	<b>260.143.754</b>	<b>230.138.177</b>	<b>232.258.408</b>	<b>267.348.936</b>

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA e información recolectada en entrevistas

El subsector que ha mostrado un crecimiento constante y que seguirá creciendo en el futuro sin duda alguna, es el de auto partes. Ya que en la medida en que el parque automotor crezca aumentará la demanda por estos productos. En cambio los subsectores de vehículos particulares y comerciales muestran un descenso en ventas en el año 2000, para luego recuperarse lentamente en los dos años siguientes.

**Gráfica 2 Evolución del Tamaño Aparente del Mercado de Automotores en El Salvador**



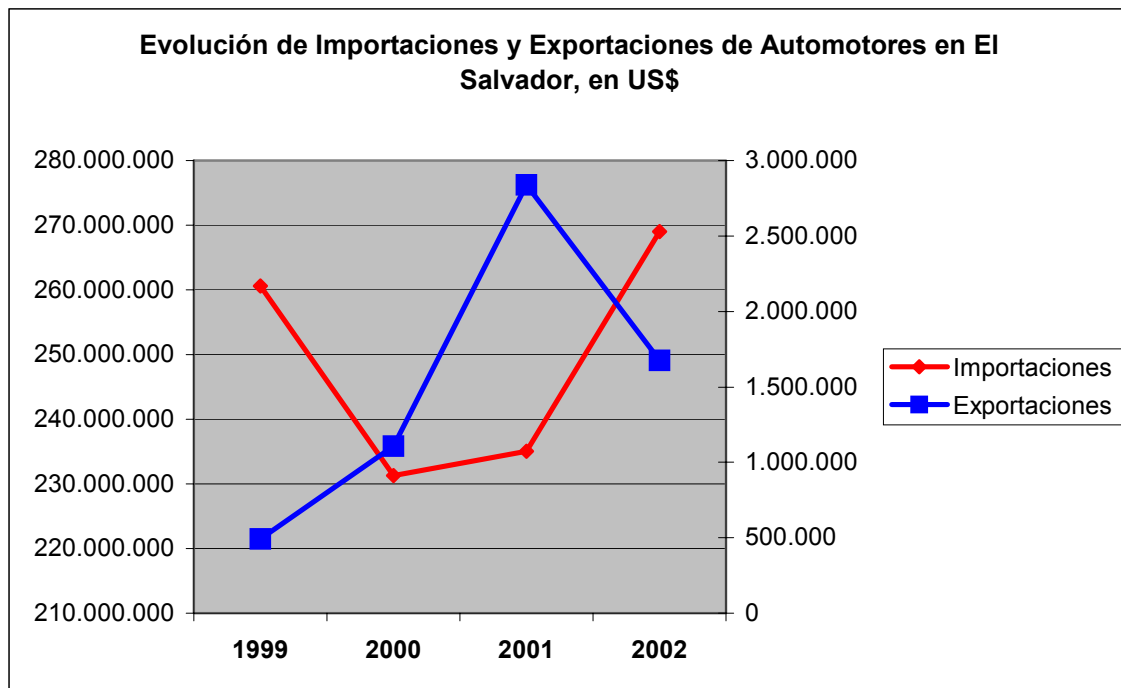
Fuente: elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA e información recolectada en entrevistas

El comportamiento de las auto partes mantiene una tendencia acorde con las expectativas debido a dos circunstancias principales, la primera es la de mayor demanda a medida que los automotores son en menor proporción nuevos. La segunda circunstancia se refiere al crecimiento moderado de la demanda de repuestos a medida que la venta de vehículos nuevos crece.

### 2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR

Las partidas arancelarias para los productos del sector Automotores se muestran al inicio de este informe, en el punto de Subsectorización. En la siguiente gráfica se muestra de forma comparativa la evolución de las importaciones y exportaciones del sector. El eje Y de mano izquierda es el eje de las importaciones, mientras que el de la mano derecha el de las exportaciones. Las exportaciones se presentan por la reexportación de automóviles y auto partes, pues llegan a puestos salvadoreños y de estos puntos son exportados a otros países vecinos de El Salvador.

**Gráfica 3 Evolución de Importaciones y Exportaciones de Automotores en El Salvador, en US\$**



Fuente: Elaborado por el grupo consultor a partir de datos de SIECA

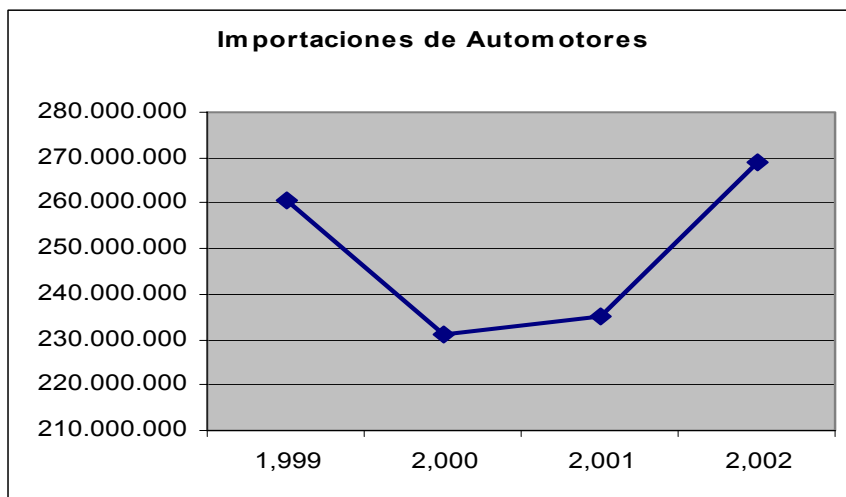
#### **2.1.2.1. IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS**

En el sector en estudio, se puede analizar que las importaciones sobrepasan el tamaño aparente del Mercado, lo que denota que este sector en El Salvador es importador.

El gráfico siguiente muestra en el año 2,002 un crecimiento de 12.61% en comparación con el año anterior. Este comportamiento se debe a el aumento del parque automotor que hace que incrementen los repuestos y a la mejoras en la economía que trajeron bajas en las tasas de interés y por ende facilitaron la adquisición de vehículos



**Gráfica 4. Importaciones de Automotores desde 1999 hasta 2002**



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

**Tabla 4 Importaciones por línea en US\$, desde 1999 hasta 2002**

	Importaciones			
	1,999	2,000	2,001	2,002
Comerciales	140.209.418	117.543.308	120.745.111	132.602.874
Particulares	95.158.488	87.751.496	87.272.649	106.101.208
Repuestos	25.268.792	25.949.376	27.081.032	30.321.185
<b>TOTAL</b>	<b>260.636.698</b>	<b>231.244.180</b>	<b>235.098.792</b>	<b>269.025.339</b>

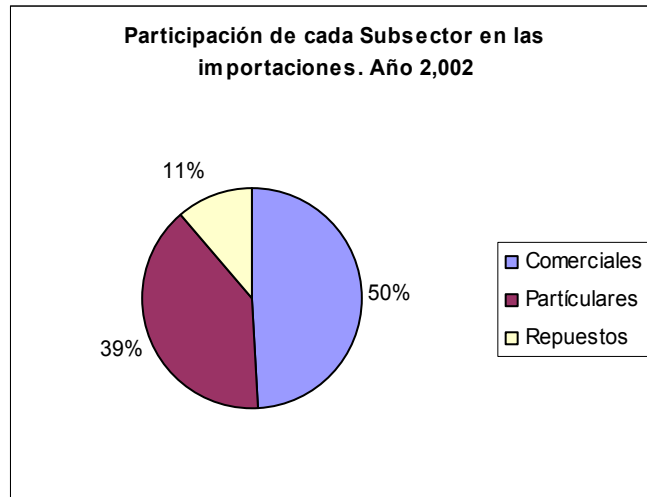
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

### ***Vehículos Comerciales***

La importación de vehículos Comerciales en el año 2,002 muestra un crecimiento del 8.94% en comparación con el año anterior, como se observa en la anterior tabla. La constante renovación de vehículos para transporte público y el crecimiento generado por un aumento constante de la población hace que se incrementen el número de unidades en uso necesarias para satisfacer la demanda.

En cuanto a la importación de estos productos, se da un leve crecimiento en general a partir del año 1998, esto es causado a la alta tasa de crecimiento que se mantiene constante en el país de El Salvador, sumado a la tasa de desempleo y a los problemas de pobreza que vive el país, lo que origina que las personas que no poseen vehículo propio utilizan este tipo de transporte, (microbuses o buses).

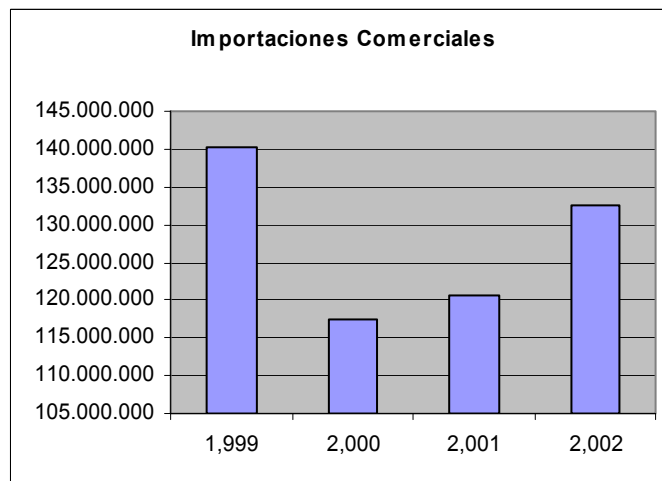
**Gráfica 5. Participación de Cada Línea en Estudio en el Total de Importaciones del Sector año 2002**



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

Dado este marco la demanda cada día se incrementa por lo que las empresas de transporte crecen y se expanden adquiriendo mas unidades para suplir la demanda, trayendo consigo el incremento de las importaciones.

**Gráfica 6. Importaciones de Comerciales desde 1999 hasta 2002, en US\$**



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

La restricción de transito para vehículos de transporte colectivo por las carreteras salvadoreñas obligó a las empresas de transporte a renovar su flota de microbuses con edades superiores a los 10 años. Esta ley, promulgada durante el 2001 incentivó el desarrollo comercial de éste tipo de productos, generando una leve recuperación motivada por la restricción pero limitada por la falta de créditos blandos para la adquisición de nuevos vehículos.

Por su parte, la categoría de automóviles para usos especiales, compuesta por vehículos como camiones, grúas para perforaciones y carros de bomberos, presentó un crecimiento durante el año 2.001 debido a las obras de rescate, remoción y reconstrucción de las ciudades, actividades motivadas por los destrozos generados por los terremotos de este mismo año.

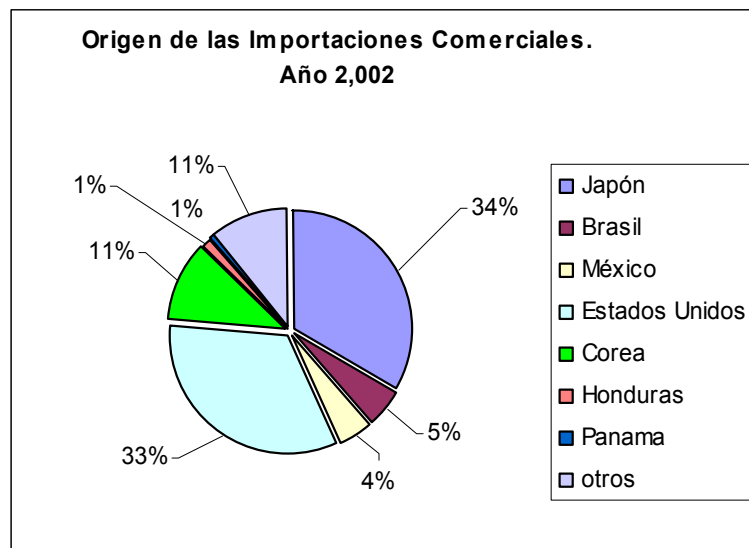
El cambio observado del 2.001 al 2.002 fue de un 100% debido a que el Gobierno adquirió camiones para continuar con la tarea e reconstrucción y de modernización de la infraestructura.

Ya para el 2002, El Salvador comienza un proceso de reactivación económica fomentado en parte por la continuación de las negociaciones para el Tratado del Libre Comercio con Estados Unidos fomentando así la inversión local y extranjera. Como testimonios de la recuperación económica, se pueden observar desarrollos de proyectos tales como construcciones de Centros Comerciales por parte de firmas extranjeras y locales, fomentando las importaciones de este tipo de Vehículos (camiones grúas, maquinas de volteo, camiones para sondeo, para perforaciones y hormigoneras entre otros).

Como se ha mencionado antes, Japón y Estados Unidos son los principales proveedores de vehículos comerciales en donde Japón aporta un 34% y Estados Unidos un 33%, comportamiento que se ha mantenido durante los 4 años objetos de éste estudio.

Los vehículos comerciales provenientes de Japón son automóviles nuevos de marcas como Toyota y Honda principalmente, mientras que de Estados Unidos los vehículos comerciales importados corresponden a vehículos usados. Adicionalmente, existe una tendencia creciente de la marca Kia, marca Coreana que actualmente penetra fuertemente el mercado salvadoreño.

**Gráfica 7. Origen de las Importaciones Comerciales por País de Origen, año 2002**



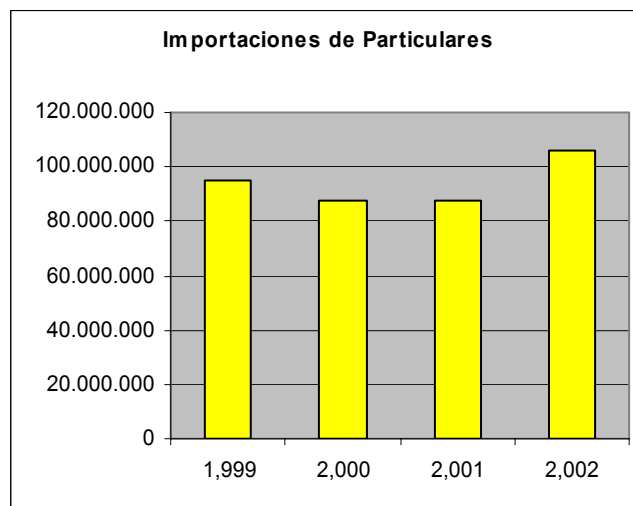
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

## ***Vehículos Particulares***

Las importaciones de vehículos particulares, muestra para el año 2,002 un crecimiento de 17.75% en comparación con el año anterior, logrando un crecimiento acumulado desde 1999 del 10.31%.

Sin embargo, el consumo de El Salvador de estos vehículos presentó un considerable crecimiento en el año 2002, principalmente por que las tasas del sistema financiero han venido experimentando un decrecimiento lo que ha permitido tener acceso a préstamos personales a tasas bajas y accesible y financiamiento hasta 5 años. Adicionalmente, la entrada al mercado de marcas cuyos vehículos se orientan a la población menos favorecidas incentiva el consumo de éste tipo de productos, proceso que se ve reflejado mayormente durante el 2002, año en el que tanto la financiación como la mayor penetración de éstos productos gana protagonismo.

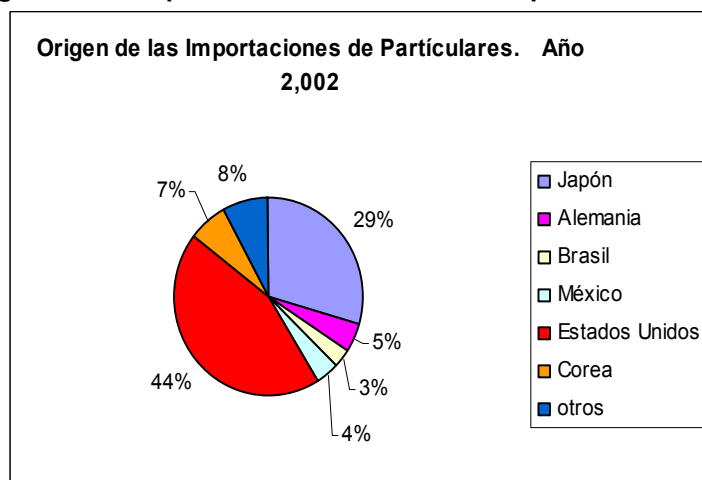
**Gráfica 8 Importaciones de Particulares desde 1999 hasta 2002, en CIF US\$**



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

En el siguiente gráfico se muestra el origen de Automotores Particulares que se importan en El Salvador. Es notorio que un 44% del total proviene de Estados Unidos y un 29% de Japón. De Estados Unidos no sólo se importan vehículos nuevos de marcas americanas, sino vehículos usados o rodados como se conocen en el mercado local. Además desde este país también llegan a El Salvador autos de marcas japonesas ensamblados en dicho país.

**Gráfica 9. Origen de las Importaciones de Particulares por País de Origen, año 2002**



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

La evolución de este tipo de vehículos crece en el año 2002, así como se ha mencionado anteriormente, reflejando el momento en que se dinamiza el sector y se comienza a demandar este tipo de vehículos, acompañado por una nueva estrategia publicitaria y de Servicio que esta enfocada a brindar excelencia en el servicio y calidad de productos.

### ***Repuestos y Autopartes***

Este subsector incluye los parachoques, partes de frenos, parte de embragues, Transmisiones de cajas de cambio, ruedas, rines y suspensión entre otros.

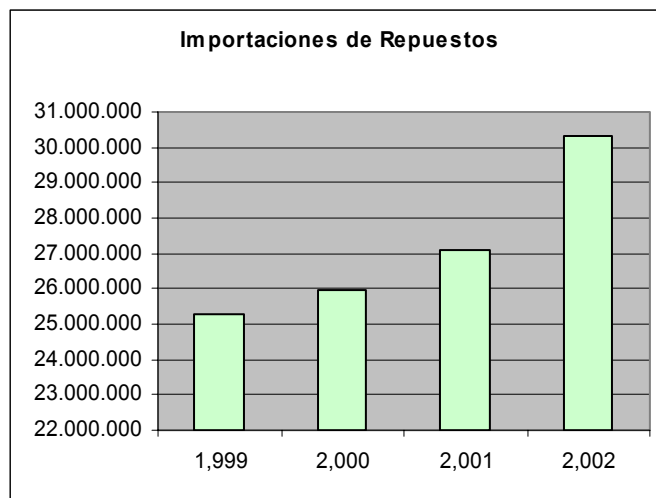
El comportamiento de las importaciones de Repuestos en el 2,000 muestran un crecimiento de 10.69% en comparación con el año anterior y en el año 2,002 el aumento fue de 16.66%.

En el periodo de estudios la importación de estos productos ha experimentado un crecimiento constante desde 1998 hasta el año 2002, presentando el 2002 el mayor índice de la tendencia motivado principalmente por la mayor demanda de vehículos particulares.

Es importante aclarar también que las ventas de estos repuestos se esta expandiendo a todas las regiones de El Salvador producto del desarrollo urbano que actualmente se vive en la mayoría de departamentos del país.

De todos los productos comprendidos en este subsector los que alcanzan el mayor crecimiento, son aquellos cuyo reemplazo es impostergable en caso de daño, como son los frenos en primer lugar, seguidos por las cajas y las suspensiones. En cambio los rines y los accesorios no han crecido al mismo ritmo que el subsector como un todo.

**Gráfica 10. Importaciones de Repuestos desde 1999 hasta 2002, en US\$**

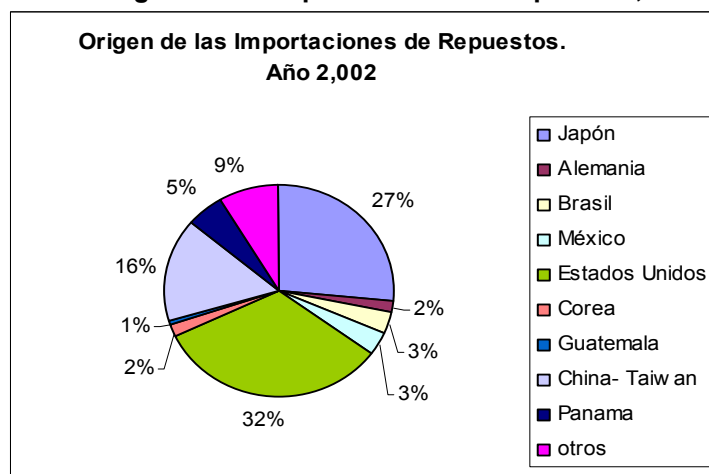


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

Las importaciones de Repuestos provenientes de Estados Unidos son el 32% del total importado, seguido por Japón con 27%, como se observa en el siguiente gráfico. Debe destacarse que de China y Taiwán provienen 16% de los repuestos, a pesar que en estos países no se ensamblan vehículos que se importen en El Salvador. Esto muestra que muchos consumidores no adquieren repuestos originales sino que buscan los de menor precio.

Esta búsqueda de menor precio se da en todos los productos que componen el subsector de auto partes, ya que de las entrevistas se conoció que es aplicable tanto a repuestos necesarios como a accesorios. Sin embargo se puede indicar que los accesorios son menos sensibles por lo que la importación de productos asiáticos se ha dado principalmente en Frenos, Suspensiones, Bandas, etc. Es decir en partes indispensables para el funcionamiento de los autos.

**Gráfica 11. Origen de las Importaciones de Repuestos, año 2002**



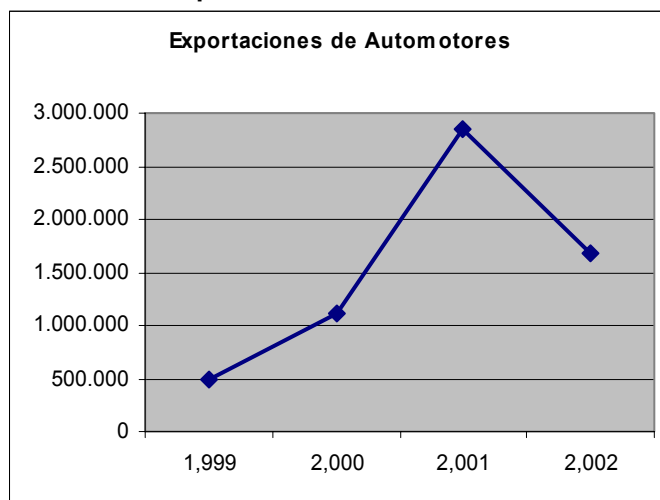
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

### 2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS

Con relación a las exportaciones de El Salvador hacia otros países es importante aclarar que estas se presentan bajo el concepto de re exportaciones, lo que significa que los puertos salvadoreños son utilizados como puente para la distribución de productos a países vecinos.

Si se analiza a la luz de los 4 años, las re exportaciones presentaron un aumento del 240%. Comparando el 2002 versus el 2001, se pudo observar una contracción (-59%) generada por la caída de vehículos de tipo comercial (-67%) y de auto partes (-84%).

**Gráfica 12. Exportaciones de Automotores en US\$**



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

**Tabla 5 Exportaciones por línea en US\$, desde 1999 hasta 2002**

	Exportaciones			
	1,999	2,000	2,001	2,002
Comerciales	155.765	490.664	1.533.362	501.919
Particulares	15.054	126.796	183.519	221.258
Repuestos	322.125	488.543	1.123.503	953.154
<b>TOTAL</b>	<b>492.944</b>	<b>1.106.003</b>	<b>2.840.384</b>	<b>1.676.331</b>

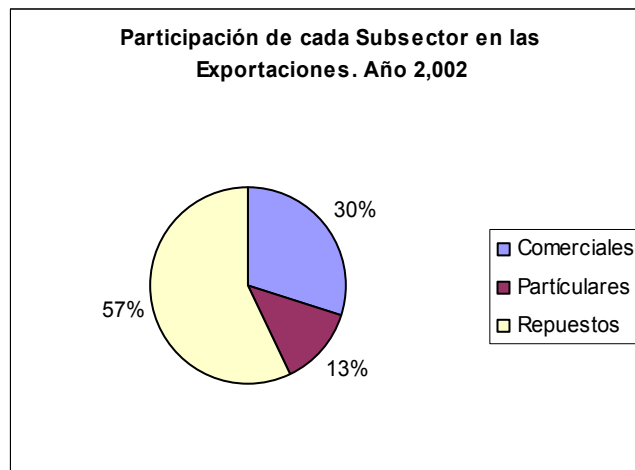
Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos de SIECA

Con respecto a los subsectores que hacen parte de este estudio, repuestos es el que tienen una mayor importancia a nivel de las reexportaciones, pues para el último año de análisis contó con un 57% de participación de las exportaciones, los automóviles comerciales participaron con un 30% mientras que los particulares solamente aportaron el 13% de las re exportaciones.

Este comportamiento es muy lógico y nada sorprendente, pues a las puertas de El Salvador, llegan los pedidos consolidados de repuestos para toda Centroamérica especialmente para Honduras y Guatemala.

Una vez la mercancía entra a El Salvador, esta se desconsolidada y es reexportada a su destino final.

**Gráfica 13. Exportaciones de Automotores por línea, en porcentaje, año 2002**

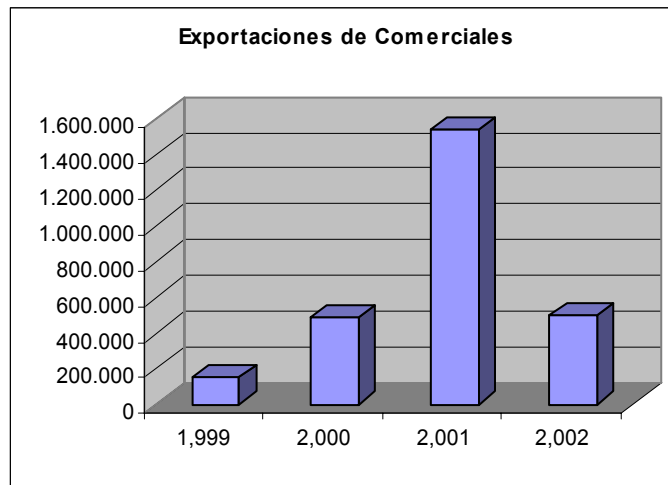


Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de datos obtenidos de la SIECA

Las exportaciones de vehículos comerciales tuvieron un crecimiento representativo en el año 2.001 del 166% pero esto es un comportamiento atípico durante el periodo en estudio, pues sino se toma este año se puede decir que las exportaciones de vehículos comerciales se mantuvieron. Este comportamiento desafortunadamente no se puede entrar a explicar, pues al tratarse de reexportaciones no hay una variable que pueda respaldar este comportamiento.



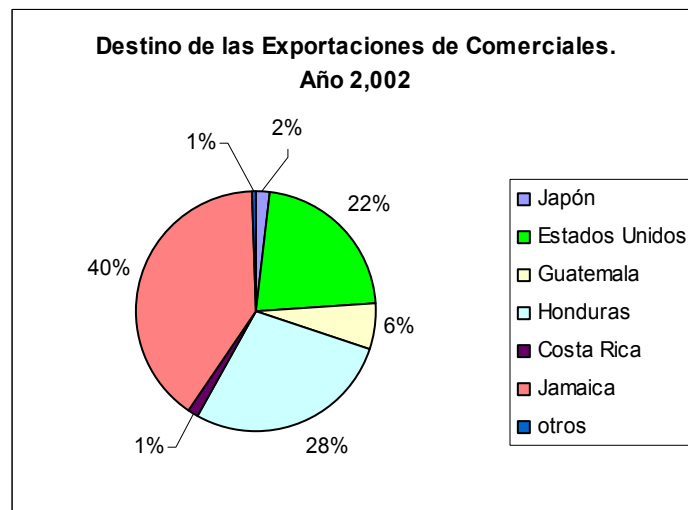
**Gráfica 14. Exportaciones de Comerciales en US\$**



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

Los principales destinos de las re exportaciones de vehículos comerciales son Jamaica con 40%, Honduras 28% y Estados Unidos con 22%, como se muestra en la siguiente gráfica.

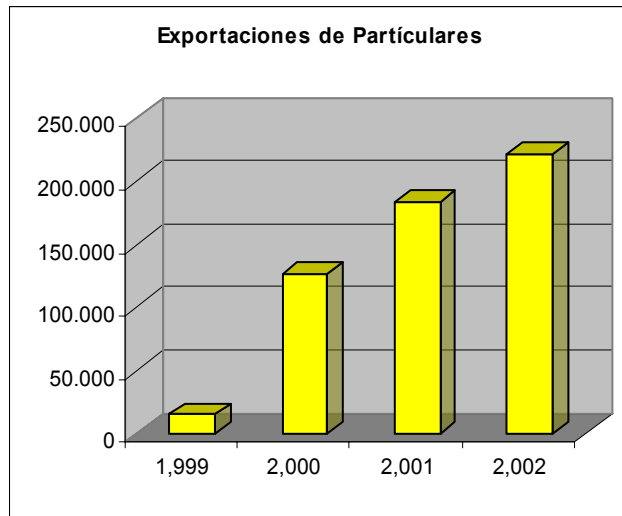
**Gráfica 15. Destino de las Exportaciones de Comerciales, 2002**



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

En las exportaciones de Particulares se observa un crecimiento de 17% en el 2,002 comparado con el año anterior, y en todo el período el crecimiento fue de 93.20%, teniendo una tendencia siempre positiva.

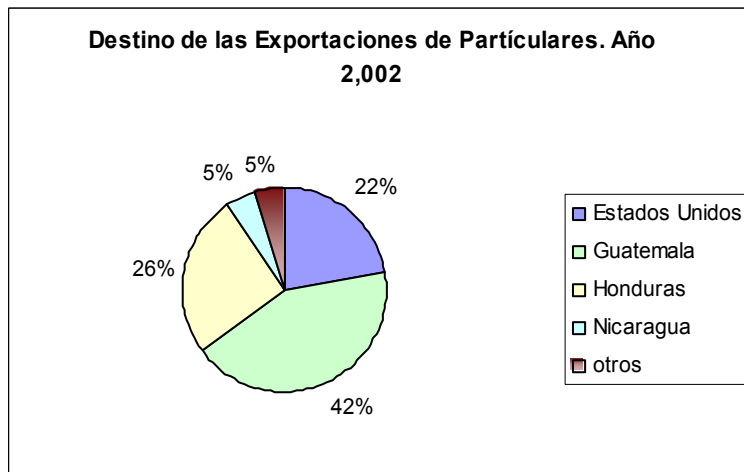
**Gráfica 16. Exportaciones de Particulares en US\$**



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

El principal destino de las exportaciones de vehículos particulares es Guatemala con un 42% debido a que en muchos casos son vehículos usados que se exportan por movilizaciones de personas o empresas.

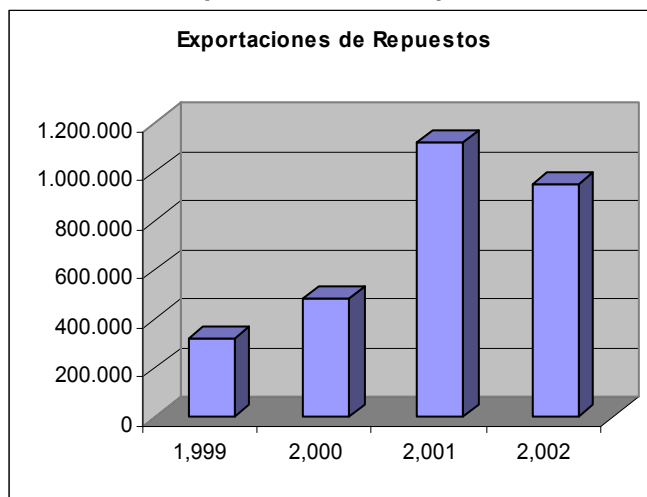
**Gráfica 17. Destino de las Exportaciones de Particulares, 2002**



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

Después de un crecimiento continuo desde 1999 hasta 2001, las exportaciones de auto partes disminuyeron en el 2002 en 17.87%, como se muestra en el siguiente gráfico. La razón de éste repentino decrecimiento es el crecimiento del parque automotor en todos los países del área, aumentando la demanda de repuestos en todos los países por lo que las importaciones directas se han hecho más frecuentes, reduciéndose los pedidos consolidados y por ende las reexportaciones.

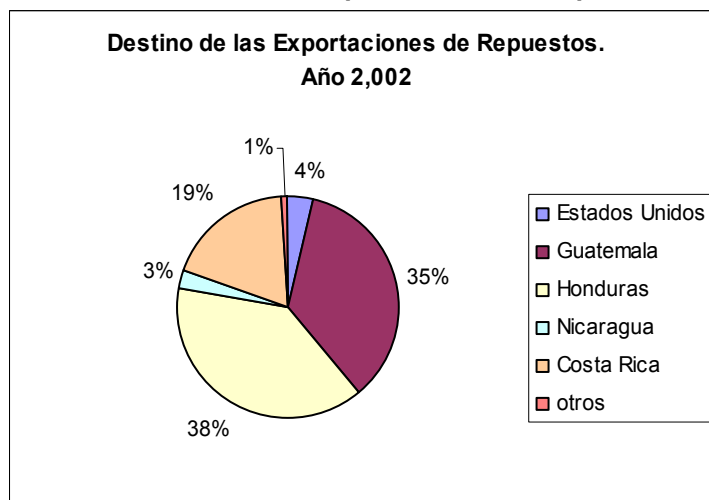
**Gráfica 18. Exportaciones de Repuestos en US\$**



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

Los principales destinos de las exportaciones de auto partes son Honduras con 38% y Guatemala con un 35%, como se observa en el siguiente gráfico. Lo cual concuerda con el esquema de carga consolidada que se mencionó anteriormente, por el cual la mercancía entra a un país y es distribuida al resto de Centro América.

**Gráfica 19. Destino de las Exportaciones de Repuestos, 2002**



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

Como se pudo observar en las anteriores estadísticas, se puede observar como el comportamiento de las tendencias dependen del comercio interregional y de las ventajas logísticas observadas en cada país dependiendo del país proveedor del producto.

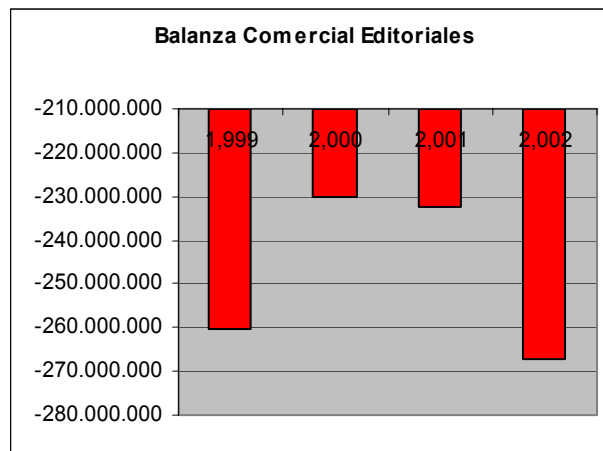
A pesar de la “inestabilidad” de las tendencias y aun con una estabilidad en las mismas, el entendimiento del mercado proviene de fuentes primarias quienes

conocen y perciben los movimientos del mercado, mas no por las mismas tendencias estadísticas observadas por la consolidación de cifras que difícilmente reflejan la realidad de los mercados del Istmo.

### 2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL

La Balanza Comercial, es decir las exportaciones menos las importaciones como era de esperarse, es negativa para El Salvador en todos los productos del sector Automotores. Al no haber producción local todo lo que se consume en el mercado de este sector es importado, por lo que la balanza comercial tiende a este comportamiento.

**Gráfica 20. Balanza Comercial de EL Salvador sector Automotores**



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

**Tabla 6 Balanza Comercial de El Salvador por Línea de 1999 hasta 2002**

en US\$	1,999	2,000	2,001	2,002
Comerciales	-140.053.653	-117.052.644	-119.211.749	-132.100.955
Particulares	-95.143.434	-87.624.700	-87.089.130	-105.879.950
Repuestos	-24.946.667	-25.460.833	-25.957.529	-29.368.031
<b>Total</b>	<b>-260.143.754</b>	<b>-230.138.177</b>	<b>-232.258.408</b>	<b>-267.348.936</b>

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

### 2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – EL SALVADOR

Aunque existe un comercio bilateral entre Colombia y El Salvador, la participación de Colombia con respecto al total de importaciones es apenas de un 0,04%.

El subsector con mayor participación es definitivamente el de repuestos que para el 2.002 aportó un 72% del total de las importaciones de origen colombiano.

Los vehículos comerciales que se importaron en los años 2000 y 2001 generaron un crecimiento importante; sin embargo, estos índices disminuyeron

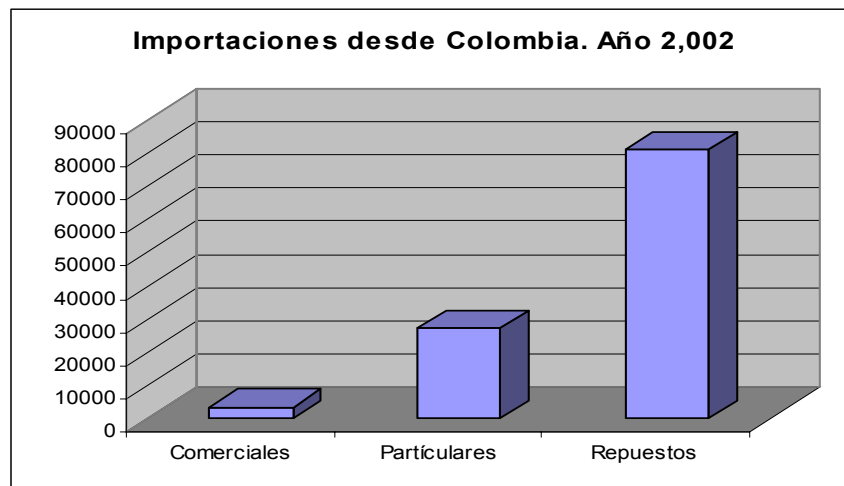
drásticamente porque los proveedores colombianos fueron reemplazados por proveedores asiáticos debido al menor precio que estos últimos ofrecen.

**Tabla 7. Importaciones en El Salvador procedentes de Colombia**

en US\$	Importaciones desde Colombia			
	1,999	2,000	2,001	2,002
Comerciales	37,284	266,187	265,020	3,336
Particulares	10.439	101.740	0	27.212
Repuestos	42.648	76.785	67.695	80.990
<b>TOTAL</b>	<b>90.371</b>	<b>444.712</b>	<b>332.715</b>	<b>111.538</b>

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

**Gráfica 21. Importaciones procedentes de Colombia sector Automotrices, año 2002 en US\$**



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

## 2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

### 2.2.1. Vehículos Comerciales

Como se mencionó anteriormente el segmento de mayor crecimiento en este subsector son los vehículos para el transporte de pasajeros. El comprador de estos autos usualmente no son conductores independientes, sino empresarios poseedores de negocios de transporte. Las compras son realizadas considerando tanto el precio como la durabilidad de los vehículos, dejando el confort y la comodidad propia de los pasajeros relegado a un segundo lugar. Por otra parte, en el año 2001 se promulgó en El Salvador una Ley que prohíbe la importación de autobuses con más 10 años de uso, situación que ha desencadenado un aumento en la demanda de autobuses nuevos.

En el caso de los camiones, usualmente el comprador es el mismo conductor quien pone al servicio de una compañía su vehículo. Sólo en casos de empresas muy grandes y que requieran de su uso continuo, éste tipo de vehículos es adquirido directamente para hacer parte de una flota de vehículos propia.

### **2.2.2 Vehículos Particulares**

El mercado de vehículos particulares y los segmentos de la población que atacan puede clasificarse de la siguiente manera<sup>2</sup>:

- a) Los automóviles pequeños y compactos dirigidos hacia el segmento de clase media con precios por debajo de US\$12,000. La mayoría de los carros que se comercializan en esta categoría son nuevos y algunos vehículos usados japoneses que son importados desde Estados Unidos. Las principales marcas enfocadas en este segmento son Toyota, Nissan, Daewoo, Chevrolet, Kia y Volkswagen.
- b) Los vehículos medianos y los 4x4 son dirigidos por lo general hacia los segmentos de clase media y media alta, con precios que oscilan entre US\$12,000 y US\$25,000. Este es el segmento de mayor crecimiento en el sector. Incluye sedanes, 4x4's, pick-ups y camiones medianos. Estos vehículos son comprados como autos familiares, de construcción y para negocios agrícolas. El gobierno de El Salvador es un cliente importante en este segmento ya que compra directamente o a través de contratistas. El estado adquiere los vehículos y repuestos a través de cotizaciones, pero los participantes deben estar debidamente establecidos en el país, por lo que son los distribuidores los principales proveedores.
- c) Los vehículos más grandes y los de lujo, son aquellos cuyo precio es mayor a US\$25,000. Estos son adquiridos por la clase alta y por grandes empresas, multinacionales o locales para sus ejecutivos. Es importante mencionar que hay vehículos 4x4 también dentro de esta categoría como por ejemplo la Lexus Navigator, camionetas BMW, Mercedes, etc. Este es el segmento más pequeño de los tres descritos y por ende es donde existe menor competencia.

En cuanto a taxis, existe una gran variedad de marcas en el mercado pues en el Salvador cualquier vehículo particular puede convertirse en taxi, sin necesidad de requisitos o normas especiales, razón por la cual muchas de las personas que no tienen un empleo estable convierte su automóvil en un taxi para generar ingresos cuando lo necesiten.

No obstante, a pesar de la gran variedad de marcas en los taxis, Toyota y Hyundai son las marcas más comunes, pues son considerados por los taxistas como carros de excelente calidad. Generalmente los modelos de los

---

<sup>2</sup> Luis Fernando Ibárgüen, "Estudio de la Factibilidad de la Apertura de una Sucursal de Automóviles en El Salvador" Tesis de Grado 2002

taxis son anteriores al año 2000, generalmente comprados de segunda mano o importados de Estados Unidos.

### **2.2.3. Repuestos**

Los productos que integran el subsector de auto partes se caracterizan además de por su diversidad en términos de calidad, por su diversidad en términos de origen. Gran cantidad de países alrededor del mundo han venido desarrollando auto partes para los diferentes mercados y para toda clase de vehículos.

La venta de auto partes busca satisfacer las necesidades de todos los clientes. Aunque en la actualidad la demanda de automóviles se ha incrementado, no toda la población tiene la capacidad económica para adquirir un automóvil de lujo o incluso un auto nuevo, motivo por el que gran parte de la población adquiere vehículos de gama baja e incluso vehículos usados.

En El Salvador, los repuestos se adquieren de varias formas:

Directamente en el Centro de Servicio Autorizado, donde sólo se venden repuestos originales. Durante los primeros dos años de vida de los vehículos casi todos los propietarios realizan sus compras en estos puntos para conservar la garantía.

Tiendas de repuestos grandes que son importadores directos y mantienen amplios inventarios. Utilizadas por las flotas de vehículos y por las personas que reparan sus carros en talleres independientes o adquieren los repuestos directamente y no a través de personal técnico (mecánicos).

Tiendas pequeñas que a pesar de no tener gran inventario se especializan por armar el paquete completo de los repuestos destinados a algunas pocas marcas y algunas pocas líneas de vehículos. Estos establecimientos son generalmente utilizados por mecánicos, pues adicional a recibir cómodos precios, reciben condiciones crediticias beneficiosas para su negocio.

Los repuestos en El Salvador son adquiridos generalmente por mecánicos que recomiendan a sus clientes la utilización de cierto tipo de repuestos. Estos mecánicos recomiendan las auto partes necesarias a sus clientes o simplemente cambian las piezas necesarias cobrando posteriormente a sus clientes.

Del trabajo de campo realizado, se determinó que los comercializadores no manejan de forma diferente los distintos productos de este subsector. Además de que no existe especialización en los detallistas, ni mayoristas. Es decir, que un comercializador de repuestos maneja todas las líneas, y mercadológicamente las trabaja de igual forma.

Sin embargo, se conoció que la demanda de accesorios presenta su pico o ventas anuales máximas en los meses de noviembre y diciembre, ya que en esta época los empleados reciben sueldos adicionales (denominados aguinaldos), y

al incrementar sus ingresos invierten en mejorar la apariencia de los vehículos. En cuanto a los otros repuestos su demanda es relativamente estable a lo largo del año porque son sustituidos cuando se han dañado únicamente y esto se da por la cantidad de kilómetros rodados.

#### **2.2.4. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES**

##### **Vehículos Comerciales**

En El Salvador, hay una preferencia claramente identificada por los camiones pequeños debido a que su consumo de combustible es significativamente inferior que el de vehículos de mayor capacidad.

Los vehículos comerciales en El Salvador son adquiridos por dos grupos de clientes identificados de la siguiente manera:

- Empresas dedicadas al transporte de carga o de pasajeros quienes robustecen o renuevan su flota de vehículos.
- Conductores independientes quienes adquieren sus vehículos para ponerlos a disposición de empresas que carecen de vehículos para satisfacer sus necesidades de transporte o carga.

El precio del vehículo, la garantía y las condiciones de crédito son las variables claves en la adquisición de éste tipo de vehículos.

##### **Vehículos Particulares**

En El Salvador, los consumidores prefieren los vehículos 4x4 o camionetas; sin embargo, dado el alto costo de los mismos, los productos con mayor rotación en la actualidad son los vehículos compactos debido a que el grueso de la población se encuentra concentrado en clases socioeconómicas medias y bajas.

La clasificación de los consumidores de vehículos en El Salvador debe analizarse desde la perspectiva de su ingreso y la edad de los compradores de la siguiente manera:

Las personas concentradas en un rango de edad entre los 18 y 25 años son en su mayoría personas de clases altas de la sociedad quienes generalmente no requieren de financiación alguna para la obtención de estos vehículos. Su inclinación es hacia los vehículos 4x4; sin embargo, debido a su alto costo algunas veces deben conformarse con vehículos más pequeños. En las clases medias, los jóvenes mayores de 20 años adquieren vehículos normalmente compactos, los cuales son financiados por el mismo concesionario o por alguna entidad bancaria.



Para los mayores de 25 años, el tipo de vehículo que se adquiere depende mucho de las necesidades familiares; sin embargo, gran porcentaje de la población sigue adquiriendo compactos más por limitaciones económicas que por gustos. De igual manera, las personas de clases mas altas con un mayor poder adquisitivo se inclinan por vehículos más costosos, ya sean vehículos de marca ó 4x4.

Para personas con hijos, los carros familiares tipo VAN comienzan a ser una alternativa interesante por su espacio de carga, comodidad y accesorios de los vehículos. Ya para las personas mayores con hijos autosuficientes o sin ellos, los automóviles deben contar con accesorios relevantes como aire acondicionado, vidrios eléctricos, bloqueo central entre los principales, además de ser carros confortables obviamente.

El proceso de compra del salvadoreño es parecido al del colombiano y se diferencia igualmente de acuerdo a su estrato socioeconómico. Las personas de clase media y baja cotizan gran cantidad de vehículos evaluando la relación costo beneficio, siendo el precio una variable clave en el proceso de toma de decisiones. Los vehículos que consideran están enmarcados bajo ciertos parámetros de economía, buen precio, comodidad y sobre todo buenas condiciones de financiación. En cuanto a las clases más altas, dependiendo de su edad se inclinan por autos de moda, ágiles y de moderna línea en el caso de los más jóvenes, mientras que los mayores piensan en su comodidad y la comodidad de sus familias. Estos usualmente tienen dos o tres alternativas claras en su mente las cuales analizan cuidadosamente para tomar su decisión de compra. Para todos los compradores, los accesorios son atributos esperados en los vehículos, pues incluso antes de acomodarse en los vehículos, los clientes preguntan si tiene aire Acondicionado, buen radio, caja de CDs, etc.

Otro detalle a mencionar y que resulta muy importante es la tendencia de los salvadoreños a comprar autos usados de Estados Unidos por medio de Internet. Es importante aclarar que a pesar que la economía de salvadoreña tiene un lento crecimiento, existen personas con relativa capacidad de pago para adquirir vehículos usados que oscilen entre US\$6,000 y US\$8,000 en efectivo, los cuales son convencidos por personas que compran y traen vehículos de Estados Unidos quienes muestran a los compradores las ventajas de contar con un vehículo usado y sus ventajas en costos al adquirirlos en esta forma.

Con respecto a los taxis, son los dueños, los que generalmente manejan el vehículo, no obstante algunas personas son dueñas de cuatro o cinco carros, y contratan a familiares o amigos para que los conduzcan y saque provecho de ellos. Usualmente los taxistas cuentan con un taller pequeño de confianza al cual asisten básicamente por economía en los repuestos, los cuales generalmente son de procedencia china o taiwanesa, pues según ellos, los japoneses o americanos son muy costosos.

Los taxistas, a medida que los precios de los combustibles aumentan, éstos se preocupan mas por la economía y rendimiento de sus vehículos, reemplazándolos frecuentemente por nuevas opciones que les permita tomar ventaja del rendimiento de los mismos. El mercado interno de los taxis es bastante dinámico al interior del mismo gremio, quienes rotan sus vehículos entre sus mismos compañeros. Por otra parte, en El Salvador, es permitido convertir automóviles particulares en taxis lo cual ha aumentado la demanda de vehículos que por su trato y mantenimiento adecuado se convierten en una muy buena alternativa para taxistas quienes pretenden adquirir buenos vehículos sin necesidad de adquirir vehículos nuevos.

## **Repuestos**

Los dueños de vehículos se manejan según la capacidad económica con que cuenten, véase a continuación, este comportamiento:

El comprador de vehículo nuevo, usualmente usa su garantía y realiza sus revisiones en el concesionario con el fin de mantener la garantía de compra sobre el vehículo. Estas revisiones son costosas alcanzando hasta los US\$150 en el caso de vehículos de gama media. Una vez terminada la garantía y conscientes del alto valor que los concesionarios cobran por la revisión recomendada, los propietarios deciden acudir a talleres particulares en donde la revisión o reparación de los vehículos puede llegar a costar hasta la tercera parte del costo normal de un concesionario. Las razones principales son el menor costo de mano de obra y el más bajo costo de las auto partes que no necesariamente son originales.

En casos donde el comprador tengo un buen poder adquisitivo, éste preferirá pagar un valor fijo anual de mantenimiento y despreocuparse de los detalles, recibiendo atención personalizada especial por parte de los concesionarios quienes ven en éste cliente un potencial cliente para renovación de su automóvil o simplemente porque el negocio de las revisiones y reparaciones son lucrativas para el establecimiento.

No es muy común encontrar en el Salvador propietarios de vehículos que compren personalmente las auto partes necesarias para la reparación de sus vehículos. El procedimiento habitual es que el mismo mecánico ó jefe de compras del taller solicite las piezas que deben ser reemplazadas en el vehículo a reparar, consultando con el propietario el costo total de la reparación incluyendo los repuestos necesarios.

Debido a que los propietarios llevan sus vehículos a talleres de confianza, la decisión sobre la pieza a ser reemplazada y su origen corren a discreción del taller quien recomienda cierta marca o producto para ser incorporado en el vehículo.

En el caso de auto partes para el parque automotor comercial, los propietarios independientes se mantienen atentos a las reparaciones e incluso participan en el proceso de reparación de sus vehículos. En estos casos, los propietarios se involucran suficientemente hasta el punto de cotizar ellos mismos las piezas nuevas e incluso usadas para poder volver a poner en funcionamiento sus vehículos. Es por esto que existe gran cantidad de talleres de metalmecánica que compran piezas inservibles con el fin de arreglarlas y darle solución a propietarios que por su condición de independientes frecuentemente no cuentan con los recursos necesarios para costear una reparación con auto partes de primera mano.

Es así como las ventas de repuestos nuevos y usados consideran a los mecánicos como sus socios estratégicos, pues son los mas importantes a nivel de su comercialización que los mismos propietarios.

En El Salvador se manejan bases de datos por parte de los auto partistas con el fin de otorgar descuentos hasta del 20% a quien solicita la auto parte, sin que este descuento sea transferido al propietario del vehículo. Es así como los auto partistas intentan motivar la compra de repuestos en sus establecimientos comerciales manteniendo la fidelidad, buena relación y efectividad de despacho a sus principales clientes.

Este descuento frecuentemente es entregado en un documento legal que es fiscalizado por el gobierno a fin de evitar la evasión fiscal. Aproximadamente el 97% de las compras de repuestos son hechas por los mecánicos o por recomendación de ellos mismos.

Debido a que la capacidad de pago del salvadoreño no es muy alta, los propietarios buscan lugares en donde tanto la mano de obra como los repuestos y el servicio sean económicos. Esto hace que la demanda por productos de origen coreano, chino, colombiano, taiwanes, brasilero y mexicano tenga gran acogida dentro del grueso de la población.

A pesar del claro conocimiento que éstos productos no cumplen con los mismos niveles de calidad que los originales, saben también que son una buena alternativa para volver a poner en funcionamiento su vehículo sin mayores repercusiones sobre su funcionamiento.

Por el contrario si la persona cuenta con la capacidad económica, no recurre a este tipo de habito de compra, sino que compra repuestos originales en los distribuidores autorizados, pues los vehículos que utilizan son muy costosos y en ningún momento quieren que un arreglo sea hecho por personas sin la capacitación necesaria.

Concluyendo, el promedio de la población una vez vencida la garantía de sus vehículos recurre a talleres de confianza en donde en la mayoría de los casos los repuestos no son originales. Adicionalmente es muy importante mencionar

que en los vehículos comerciales el monto del desembolso es muy importante aun bajo la conciencia que el vehículo requerirá reparación mucho antes que si hubiera comprado repuestos de mayor calidad.

En el caso de los repuestos para frenos, los propietarios prefieren frecuentemente pagar la mitad por piezas que durarán una cuarta parte del tiempo, aun a sabiendas que está pagando más del doble por el producto en el largo plazo. Acá se clarifica el hecho que el problema es de flujo de efectivo y de capacidad de pago en éste subsector. Así mismo sucede con otros productos de alto desgaste, los cuales son reemplazados por productos de baja calidad pero de buen precio.

Una característica generalizada en los consumidores de auto partes es que no conocen las marcas. Generalmente la única diferenciación que hacen es entre los de la misma marca del vehículo o vendidos en el concesionario y los “otros”. Por esta razón resulta tan genérico para el propietario del vehículo una marca reconocida internacionalmente como una marca asiática nueva. Esto ayuda a que la variable precio sea la más importante.

En cambio los mecánicos sí conocen las distintas marcas existentes en el mercado, reconociendo la calidad de algunas. Lo que determina que marca adquieren es cuánto está dispuesto a pagar el propietario del vehículo por la reparación. En los talleres de precio alto o medio, normalmente seleccionan repuestos de marcas reconocidas ya que los asocian con calidad y por ende con la garantía de buen servicio que otorgan a sus clientes. Pero la mayoría de talleres son de precio bajo por lo que es el costo del repuesto la variable clave en la compra.

## **2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES**

Las políticas de gobierno pueden convertirse en un riesgo para el sector automotor debido a su sensibilidad al crecimiento económico y a las tasas de interés reinantes en el mercado. Sin embargo, se percibe que El Salvador continuará con su crecimiento constante manteniendo sus actuales niveles en lo que se refiere a tasas de interés.

Las distribuidoras informales de vehículos usados han representado históricamente una amenaza constante para los distribuidores de autos nuevos. Esta amenaza la han mitigado algunos distribuidores ofreciendo vehículos con planes de financiamiento de fácil tramitación y con plazos de hasta 60 cuotas mensuales, garantizando menores cuotas.

Para los productores colombianos de autos nuevos, la principal barrera de entrada la ofrecen los contratos existentes que definen muy claramente los países de donde se deben importar los productos ya sean vehículos o repuestos originales. Este hecho inhabilita a los ensambladores colombianos de exportar

automóviles a El Salvador, situación que podría revertirse modificando las condiciones de origen de los vehículos, dando la oportunidad a Colombia debido a la cercanía con El Salvador y la facilidad de entrada por los puertos sobre el pacífico. En conclusión, para atacar esta barrera es necesario que las ensambladoras colombianas negocien directamente con la casa matriz de las marcas para modificar el país proveedor a El Salvador.

En términos de las ventajas competitivas de los comercializadores locales, se debe mencionar la posibilidad de contar con una amplia gama de colores y modelos, así como contar con vehículos de demostración, los cuales son adquiridos por los proveedores a muy bajo precio considerándose un real valor agregado para el cliente potencial.

## **2.5. CONCLUSIONES DE COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO**

En el año 2002 el mercado de automotores fue de más de US\$ 267 millones, de los cuales el 49% corresponde a vehículos comerciales, el 40% a vehículos particulares y el 11% restante a repuestos. El gran peso de los comerciales se debe a la importación de autobuses principalmente cuyas flotas han sido actualizadas debido a la legislación promulgada en el año **2000** que impide el tránsito de vehículos comerciales con más de 10 años de uso.

Los automotores en su mayoría provienen de Estados Unidos y Japón, detectándose menores importaciones de Brasil y un aumento de las de Corea. Por su parte los repuestos siguen siendo importados de Estados Unidos y Japón pero con interesantes crecimientos de países como China y Corea, aspecto que denota la progresiva importancia del factor precio en el mercado de auto partes.

Los consumidores de autos comerciales difieren por segmentos al interior del subsector. Los propietarios de autobuses generalmente no son los mismos conductores sino que son compañías que cuentan con flotas de vehículos para la prestación de servicios de transporte de pasajeros. Estas compañías se interesan en la economía de los vehículos y en el número de puestos de los mismos lo cual repercute directamente en la rentabilidad del negocio. Por su parte, los compradores de camiones de carga normalmente son los mismos conductores, quienes prestan sus servicios a empresas para movilizar mercancía al interior del país o en el área centroamericana. Esto ocasiona que los camiones se preserven en mejores condiciones generales que los autobuses, pues sus propietarios tienen mayor cuidado de sus activos.

En cuanto a autos particulares hay preferencia en el mercado por las camionetas. Sin embargo se comercializan muchos autos compactos debido al precio y a que el grueso de la población carece de recursos para acceder a vehículos de gama media y alta.

Con respecto a las perspectivas esperadas del sector, se espera un continuo crecimiento del parque automotor pues las perspectivas del desarrollo comercial de El Salvador son esperanzadoras debido al empuje de la industria y a la motivación por parte del gobierno en fomentar la inversión extranjera en el país. De darse éstas condiciones de manera positiva, el comportamiento del sector de automotores tenderá a mostrar un comportamiento positivo en crecimiento en los tres subsectores bajo estudio. A nivel de vehículos particulares por el mayor poder adquisitivo de la población generado por mayores posibilidades de empleo, a nivel de vehículos comerciales por la necesidad del transporte y distribución de mercancías y de transporte de pasajeros y a nivel de repuestos por la necesidad de mantener el parque automotor en movimiento para el continuo desarrollo de la economía.

Por otra parte, el progresivo aumento de las remesas pretende continuar siendo un factor calve para el desarrollo y mayor poder adquisitivo de la población salvadoreña.

A nivel de consumo el Salvadoreño preferirá las camionetas, pero el crecimiento en su demanda se verá limitada por el poder adquisitivo de las personas, por esta razón los automóviles compactos y los familiares serán los que tengan un aumento en sus ventas, pues de acuerdo a sus precios, estos podrán ser adquiridos por el mayor porcentaje de la población salvadoreña, puesto que la cuota de pago del crédito estará definida de acuerdo a su capacidad de pago.

### 3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

#### 3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA

La competencia en El Salvador de vehículos particulares y comerciales es agresiva a pesar que son muy pocos los grupos económicos que concentran la mayoría de las marcas comercializadas en El Salvador.

En El Salvador, los grupos económicos más fuertes del país manejan más de tres diferentes marcas de vehículos a pesar de ser competencia directa. Así mismo, estos grupos son los propietarios y responsables de los talleres de mantenimiento de los vehículos por ellos representados, manteniendo estrictamente repuestos originales de cada uno de sus vehículos en cuantía necesaria para responder eficientemente ante las necesidades del cliente.

Los distribuidores o representantes en El Salvador, tienen claramente definido el origen de sus mercancías mediante contratos con la casa matriz, siendo las empresas más importantes del sector de **vehículos particulares** en El Salvador las distribuidoras de grandes marcas japonesas como Toyota, Nissan y Honda, posicionadas en el mercado gracias a sus altos estándares de calidad reflejados en durabilidad, confiabilidad, seguridad, respaldo y servicio post venta. Adicionalmente, el amplio portafolio de vehículos les permite acceder a casi cualquier tipo de cliente, así como competir con las demás marcas del mercado de manera eficiente. Estas empresas son el Grupo Didea y el Grupo Q.

De igual manera en el sector de **vehículos comerciales** las empresas mas importantes en El Salvador son las distribuidoras de grandes marcas multinacionales japonesas, Coreanas y Alemanas como Toyota, Isuzu, Hyundai y Mercedes Benz, que de igual manera están posicionadas por dos motivos: calidad del producto, respaldo y servicio post venta siendo percibidos por los clientes como empresas responsables con el comprador.

**Microbus Coaster marca Toyota.**



La mayoría de las empresas de ambos sectores se caracterizan por su solidez financiera, gran tamaño y capacidad de inversión en publicidad, la cual utilizan con el objetivo de consolidar el posicionamiento de sus marcas en el mercado.

Todas las empresas mencionadas anteriormente ofrecen dentro de su portafolio líneas completas de repuestos y accesorios de vehículos, talleres generales y especializados, servicios rápidos, mayoreo de repuestos y accesorios.

Para el caso de vehículos particulares y comerciales, es importante anotar que las empresas importadoras y distribuidoras no son exclusivas en la comercialización de una sola marca, situación poco común en la mayoría de países en donde se exige la exclusividad en la representación comercial y de distribución debido a que las transnacionales poseen este tipo de políticas. En El Salvador el caso es atípico encontrándose empresas que distribuyen desde 2 hasta 8 marcas. Este fenómeno se debe a que el grupo posee una agrupación de “mini” empresas, las cuales están cobijadas bajo un mismo nombre y razón social en El Salvador, llevando su contabilidad de manera completamente independiente a pesar de ser propiedad del mismo grupo. Las representaciones se han logrado a través de un acuerdo y compromiso con las fábricas de respeto total de sus identidades, delimitación de ubicación, fuerza de ventas específicas y dedicadas a cada marca independientemente al igual que cada una de sus gerencias. Igualmente, la comercialización de cada marca debe ser conducida de acuerdo a lineamientos y políticas especificadas por el fabricante. Ejemplo de esta situación de múltiple representación comercial se puede observar en la siguiente tabla.



**Tabla 8 Canales de distribución por marca.**

<b>IMPORTADOR</b>	<b>DISTRIBUIDOR</b>	<b>MARCA DE VEHÍCULO</b>
<b>GRUPO DIDEA</b>	<b>AUTOMAX</b>	<b>Mitsubishi</b>
	<b>AUTOCENTRO</b>	<b>Chevrolet, Cadillac, Pontiac</b>
	<b>EUROPA MOTORS</b>	<b>BMW</b>
	<b>DIDEA</b>	<b>Toyota, Lexus</b>
	<b>AUTOKIA</b>	<b>Kia</b>
<b>GRUPO Q</b>	<b>SAQUIRO</b>	<b>Nissan, Renault</b>
	<b>AUTO UNO</b>	<b>Honda</b>
	<b>INTERMOTORS</b>	<b>Chrysler, Jeep y Dodge</b>
	<b>SUPER MOTORS</b>	<b>Hyundai</b>
<b>GRUPO GEVESA</b>	<b>GENERAL AUTOMOTRIZ</b>	<b>Peugeot</b>
	<b>GEVESA</b>	<b>Ford</b>
	<b>GENERAL AUTOMOTRIZ</b>	<b>Daewoo</b>
	<b>GENERAL AUTOMOTRIZ</b>	<b>SsangYong</b>
	<b>GENERAL VEHICULOS DE</b>	<b>Mazda</b>
<b>ALFASAL</b>	<b>ALFASAL</b>	<b>Alfa Romeo</b>
	<b>EUROPEAN MOTORS</b>	<b>Seat</b>

Las marcas Hyundai y Kia poseen sólo tres años en el mercado y su estrategia es similar, ofrecer mayores comodidades en el interior de los vehículos por menor precio que la competencia. Además han lanzado al mercado vehículos más espaciosos por menor precio que Toyota. Un ejemplo es la camioneta VAN Kia Carens que cuenta con tres filas de asientos y cuyo costo es inferior al de un Toyota Corolla. De ésta manera, las nuevas marcas intentan atraer compradores mostrando las bondades de los vehículos e intentando disipar las dudas mediante la ampliación de la garantía a 2 años.

### **3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS**

Teniendo en cuenta que las empresas distribuidoras líderes del sector son aquellas que distribuyen productos de diversas marcas y multiplicidad de líneas, se puede determinar que la ubicación geográfica de las plantas productivas de los fabricantes afecta considerablemente los costos finales de los vehículos.

Debido a que los fabricantes asignan la producción de vehículos y partes de acuerdo a su conveniencia, a su capacidad de producción y a la mayor cercanía al mercado destino, los costos de los vehículos y auto partes son en algunos

casos beneficiosos para el distribuidor pero en otros casos van en detrimento de sus intereses comerciales.

Como se menciono anteriormente, Estados Unidos es el principal país de origen de las importaciones Salvadoreñas, comportamiento motivado por los menores precios que tiene los vehículos en Estados Unidos que en El Salvador. Este fenómeno incentiva las importaciones de vehículos nuevos y usados para ser vendidos en los autos lotes de vehículos usados.

Es importante resaltar que en Estados Unidos se encuentran ubicadas las plantas de Honda, Mitsubishi, Subaru, Chevrolet, Jeep, Chrysler, Dodge, Ford, Lexus y Cadillac, los cuales poseen una participación cercana al 21% en el mercado salvadoreño.

Toyota en Japón cuenta con 12 plantas de producción de las 54 que posee a nivel mundial. Dentro de las marcas japonesas que El Salvador importa se encuentran Nissan, Honda, Mitsubishi, Isuzu, Mazda, Subaru y Daihatsu, siendo en éste país donde se encuentran sus plantas de producción.

La segunda marca de preferencia en el mercado salvadoreño es Nissan después de Toyota, sin embargo la preferencia del consumidor se orienta a los vehículos ensamblados en Japón a diferencia de los ensamblados en México.

En lo referente a Mitsubishi y Subaru, Estados Unidos es el mayor proveedor seguido de Japón.

Los vehículos Mazda por su parte provienen en su totalidad de Japón.

Como se mencionó anteriormente, las empresas fabricantes transnacionales debido a la globalización y a los costos de mano obra mas bajos en los distintos países han distribuido la fabricación de determinados diseños y/o modelos en distintos países según su conveniencia. Según los distribuidores, no se fabrica el mismo diseño en dos plantas de países distintos, obligando a los mercados a decidir entre cercanía (menores costos) o ventajas del producto pero a mayor distancia (mayores costos). Es aquí en donde las empresas distribuidoras se tienen que condicionar a la oferta de los distintos fabricantes optando por importarlos del país más cercano o adonde se fabrica el modelo de interés.

De Corea del Sur se importan principalmente las marcas de Kia, Hyundai, Daewoo, debido a que en este país es donde se ubican las plantas de ensamble.

A continuación se presentan algunas ubicaciones de las plantas productivas según el modelo que abastece a El Salvador:

**Tabla 9 Distribución de plantas Productoras de vehículos por modelo**

MARCA	MODELO	UBICACIÓN DE PLANTAS PRODUCTIVAS
NISSAN	SENTRA B-13	MEXICO
	PICK - UP (CABINA SENCILLA Y DOBLE)	MEXICO
	SENTRA B-15	JAPON
	350 Z	JAPON
	PATROL	JAPON
	PATHFINDER	JAPON
	FRONTIER	JAPON
	X-TRAIL	JAPON
	MURANO	ESPAÑA
RENAULT	MEGANE	FRANCIA
	SCENIC	FRANCIA
	LAGUNA	FRANCIA
	KANGOO	FRANCIA
HONDA	CIVIC	ESTADOS UNIDOS
	ACCORD	ESTADOS UNIDOS
	PILOT	ESTADOS UNIDOS
	CR-V	ESTADOS UNIDOS
	FIT	JAPON
ISUZU	TODOS LOS MODELOS	JAPON
HYUNDAI	TODOS LOS MODELOS	COREA
SEP	TODOS LOS MODELOS	ESTADOS UNIDOS
CHRYSLER	TODOS LOS MODELOS	ESTADOS UNIDOS
DODGE	TODOS LOS MODELOS	ESTADOS UNIDOS

Fuente: Grupo Q El Salvador. Elaboración: Grupo Consultor

**Tabla 10: Distribución de plantas Productoras de Auto partes**

	MARCA	PAIS PRODUCTOR
Autopartes	Bosch	Alemania
	Baleo	Corea
	Otros	Corea
	B&B	Estados Unidos
	Good Year	Estados Unidos
	Good Year	Estados Unidos
	Master	Estados Unidos
	Purolater	Estados Unidos

	<b>Record</b>	<b>Estados unidos</b>
	<b>Ross</b>	<b>Estados Unidos</b>
	<b>United</b>	<b>Estados Unidos</b>
	<b>Ac Delco</b>	<b>Japón</b>
	<b>Ascko</b>	<b>Japón</b>
	<b>Ipo</b>	<b>Japón</b>
	<b>Matercraf</b>	<b>Japón</b>
	<b>Nishimbo</b>	<b>Japón</b>
	<b>NKK</b>	<b>Japón</b>
	<b>Nsk</b>	<b>Japón</b>
	<b>Sumitomo</b>	
	<b>tires</b>	<b>Japón</b>
	<b>Tokiko</b>	<b>Japón</b>
	<b>Toto</b>	<b>Japón</b>
	<b>Tri5</b>	<b>Japón</b>
	<b>Vic</b>	<b>Japón</b>
	<b>Otros</b>	<b>Taiwán</b>

Fuente: Visita de Mercado y entrevistas en profundidad

### 3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

En El Salvador no se producen vehículos, ni para uso personal ni comercial. Esto implica que todos los vehículos automotores son importados independientemente del uso que se les vaya a dar. En cuanto a repuestos y accesorios se refiere, éstos al igual que los automotores son en su totalidad importados a pesar de sus muy contadas excepciones.

#### TOYOTA

La marca Toyota es representada en El Salvador por el Grupo Didea y posee el 32% de participación de mercado. Utiliza publicidad en televisión, en vallas y principalmente en prensa escrita, donde se hace énfasis en los planes de pago a crédito. Los principales vehículos comercializados por esta marca son el Corolla, el Yaris y las pick-ups. También han penetrado con mucho éxito el segmento de las camionetas de lujo con la 4-runner.

El mensaje que esta marca envía a los consumidores es que sus productos son de precio justo por la calidad que ofrecen. Son reconocidos en el mercado como los mejores, además cuenta con modelos para todos los segmentos, es decir compactos, cómodos, agrícolas o de trabajo y camionetas. Todos sus productos son importados desde Japón.

#### NISSAN

Con el 14% de participación de mercado es el principal competidor de Toyota. Estos autos son importados desde diferentes plantas dependiendo del modelo. Pueden ser elaborados en Japón, México o España (ver la tabla 9 para detalles

por modelo), pero el mercado los reconoce como japoneses y los consumidores rara vez indagan por el verdadero lugar de fabricación. Además, los vendedores siempre responden “la marca es japonesa”, ya que en parte el prestigio de Nissan radica en este hecho.

En El Salvador, esta marca es comercializada por el Grupo Q. La publicidad es hecha a través de televisión y prensa principalmente. En los anuncios, normalmente a 1 página completa aparecen varios modelos simultáneamente resaltando la marca. El énfasis se hace en los planes crediticios, así como en las cuotas y no en el valor total del auto.

Los modelos más comercializados de esta marca son el Sentra, las pick-ups y la Pathfinder. Las camionetas X-trail y Murano apenas ingresan al mercado y buscan posicionarlas como camionetas cómodas, equipadas para la aventura y actividades familiares pero son más sencillas y más económicas que la Pathfinder.

### **ISUZU**

Esta marca posee el 5% del mercado, ofreciendo camiones y pick-ups únicamente. Todos los productos que comercializa son a Diesel, e importan a gasolina si son pedidos por los clientes. En un inicio comercializaban más vehículos a gasolina, pero por la demanda de diesel se han enfocado en estos.

Son comercializados en el país por el Grupo Q. La publicidad se realiza exclusivamente por prensa y en la labor de ventas en los concesionarios se hace énfasis en lo duradero de las unidades, así como en lo economizadoras que son en combustible.

### **MAZDA**

Esta marca posee el 4% del mercado, es de origen japonés y es en este país donde se producen las unidades importadas en El Salvador. Los modelos que comercializa son pick-ups principalmente y el auto compacto 323.

Es importado y comercializado por el Grupo Gevesa, que es el tercer grupo comercializador de automotores en el país, después de Grupo Q y Didea. La publicidad de Mazda se realiza exclusivamente por prensa que es el medio más utilizado para este producto y se enfatizan los atributos del producto, así como las facilidades existentes para obtener financiamiento.

### **FORD**

La marca Ford es importada desde Estados Unidos y comercializada por el Grupo Gevesa. Posee el 3% de mercado y los modelos que más se venden son las camionetas, principalmente la Explorer y la Expedition. También ofrecen autos compactos como el Fiesta, pero no han tenido mucho éxito en la penetración de este segmento. Esto se debe principalmente a que la marca es reconocida entre los clientes como de calidad pero de muy alto precio, y la

mayoría de los consumidores piensan que los autos americanos no ofrecen el rendimiento de los japoneses y sus repuestos son mucho más costosos.

## **3.2. MEZCLA DE MERCADEO**

### **3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS**

La estrategia utilizada en la comercialización de vehículos cuenta con diferentes alternativas, siendo la utilización de la prensa como el medio más atractivo y más utilizado para los distribuidores.

Es importante aclarar que las empresas distribuidoras remarcan la importancia de la consecución de una posición geográfica estratégica, en donde se garantice la completa exposición tanto de la marca (valla) y de los automóviles. Es así como las grandes avenidas, los sitios cercanos a puentes y los lugares cercanos a rotondas son sitios atractivos para ubicar vitrinas de exhibición de vehículos.

El pago de la inversión en publicidad y según lo convenido entre el fabricante y empresa distribuidora en El Salvador, esta última debe destinar al menos un 5% de sus ventas no solamente a la publicidad sino a cualquier promoción necesaria a desarrollar.

En la mayoría de los casos, la publicidad es diseñada por la casa matriz y la distribuidora no tiene mayor ingerencia en el desarrollo del material publicitario, el cual debe ser aplicado de acuerdo a los estándares impuestos por el productor.

A pesar que las vallas y la televisión son utilizadas, la frecuencia es mínima destinándose los recursos a otros medios o alternativas de comunicación.

Uno de los materiales de mayor impacto corresponde a los brochures de cada uno de los automóviles o líneas de automóviles, los cuales entregan información completa sobre las características del producto. Este material es entregado por los vendedores a clientes que visitan las vitrinas y que muestran interés en alguno de los vehículos.

### **Empresas comercializadoras de vehículos nuevos**

En el caso de vehículos nuevos, son los distribuidores los encargados de hacer los ajustes del material publicitario y de definir las franjas horarias en que hay mayores posibilidades de impactar al cliente potencial. Usualmente en televisión, la pauta publicitaria se ubica en la franja AAA con el fin de lograr los objetivos de alcance y frecuencia definidos tanto por publicistas como por el distribuidor.

El grupo Didea y el Grupo Q son líderes absolutos en la comercialización de vehículos en El Salvador presentándose una fuerte confrontación por los espacios publicitarios para sus marcas líderes Toyota y Nissan respectivamente.

**Foto de Concesionario Toyota.**



Es importante aclarar que también se hace publicidad a otras marcas pero en menor proporción que a las dos anteriores y con menos presencia en televisión.

El correo directo ha entrado a formar parte de los medios publicitarios para poner en conocimiento diferentes clases de vehículos, herramienta que les permite diversificar y enfocar su inversión sin mayores desperdicios como sucede en el caso de la pauta en medios masivos.

### **Empresas de vehículos usados**

No es común encontrar publicidad de vehículos usados en El Salvador. La estrategia publicitaria de estos comerciantes radica en ubicar lo mejor posible los lugares para estacionar los vehículos y poder de esta manera promocionarlos. Usualmente, estos comerciantes colocan con betún el modelo del vehículo y el precio en el vidrio panorámico con el fin de atraer e informar a los clientes de las condiciones del mismo. Otro mecanismo es colocar los mismos datos añadiendo el teléfono y salir a caminar el carro por las principales avenidas de la ciudad en donde el grupo objetivo podría estar presente. La otra forma es la recomendación de boca en boca que por lo general lo hacen aquellos que ya han tenido experiencia con el dueño del auto lote.

### **Empresas de ventas de repuestos**

Para este subsector se utiliza muy poca publicidad por medios masivos de comunicación. "Impresa Repuestos" es de las comercializadoras que más invierten en publicidad por medio de la prensa pero manejando más una imagen corporativa que orientada a producto. El resto de empresas que se dedican a

este rubro realizan muy poca publicidad en medios masivos de comunicación, trabajando vehementemente en atención al cliente que para los efectos incluye buena atención, descuentos, bonificaciones y give aways.

Entre el grupo de mecánicos es muy popular el esquema de cliente frecuente, pues adicional a obtener descuentos, pueden canjear sus puntos por premios. Este programa los incentiva a participar y a sacar el mayor provecho de ellos al mismo tiempo que se construye una relación ganar-ganar.

Las empresas de venta de repuestos han mandado a elaborar una vitrina pequeña en donde se exhiben productos electrodomésticos que son entregados a los mecánicos por la acumulación de puntos. Este tipo de programa funciona mediante la publicidad de boca en boca la cual informa a otros mecánicos incentivando la compra de repuestos en estos establecimientos.

Otra forma de promoción es pintar vallas en lotes baldíos o paredes ubicadas en boca calles, en donde se publicita el nombre del establecimiento, las marcas de vehículos para las que se mantiene producto y datos de dirección y teléfonos.

### **3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE AUTOMOTORES**

Para estimar la participación de mercados, se recurrió al Viceministerio de Transporte de El Salvador, quien suministró la base de datos del parque automotriz de El Salvador. Allí se encuentran datos de las marcas, modelo, tipo de vehículo, color y año de fabricación.

Toyota para el 2002 fue la marca líder del mercado con una participación cercana al 34%, seguido de Nissan con un 14%.

Es muy importante aclarar que el rubro otros está compuesto por más de 100 marcas (en toda clase de vehículos automotores) que hacen que la participación unitaria por marca sea pequeña, a no ser por las marcas más reconocidas del mercado como Toyota, Nissan, Jeep, Renault, Mitsubishi, Kia, entre otras.

Para enumerar algunas marcas no muy conocidas pero existentes en el mercado se encuentran: Kaiser, Land Rover, Oldsmobile, Aguila, Ala, Advance, Alfa Romeo entre otras.

**Tabla 11 Participación de Mercado sector automotriz. Ventas año 2002**

<b>Marca</b>	<b>%</b>
Peugeot	1%
Toyota	32%
Nissan	14%
Ford	3%



Mazda	4%
Honda	4%
Chevrolet	3%
Mitsubishi	2%
Hyundai	2%
Mercedes Benz	2%
Volkswagen	1%
Internacional	2%
Isuzu	5%
Kia	1%
Daewoo	1%
Otros	23%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Viceministerio de Transporte de El Salvador

Como se puede observar, existe una gran diferencia en la participación de las marcas sobresaliendo Toyota y Nissan, seguidos muy de lejos por marcas como Isuzu, Mazda y Honda.

Como parámetro para los exportadores de auto partes, éste es un indicador de los vehículos a donde deberían enfocarse los esfuerzos de producción y exportación a El Salvador. Para más detalle, el departamento de Inteligencia de Proexport tiene a disposición el detalle completo del parque automotor salvadoreño.

### 3.3 COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR

Los precios en el sector automotor han mostrado una tendencia decreciente a consecuencia de una importante reducción en los costos de fabricación. Este fenómeno ha sido generado por la búsqueda continua de competitividad de los productos, estando los fabricantes permanentemente comprometidos con la búsqueda de alternativas que permitan hacer de sus vehículos productos más competitivos en los diferentes mercados.

Otra razón de esta situación es la disminución en las tasas de financiamiento para la adquisición de vehículos los cuales han llegado a tasas de hasta un 10% estimulando así a la demanda.

**TABLA 12 . PRECIOS DE LOS AUTOMOVILES EN US\$, CANAL DE DISTRIBUCION Y PUBLICIDAD**

Marca	Producto	Precio US\$	Plaza	Promoción
Toyota	Yaris Hatchback Motor 1.3 gasolina	13,543	Concesionario	Periódicos, Vallas

	Yaris sedan Motor 1.5 gasolina	15,451		
	Corolla Motor 1.3 gasolina	15,880		
	Corolla XLI Motor 1.6 gasolina	18,457		
	Corolla GLI Motor 1.6 gasolina	20,171		
	Hilux 4x2 doble cabina 2.4 motor diesel	17,400		
	Hilux 4x4 doble cabina 2.8 motor diesel	24,514		
	Microbus Hi Ace 3.0 motor diesel	21,909		
	Microbus Coaster 4.2 motor diesel	47,554		
	Camión Dyna 3 toneladas 3.7 motor diesel	19,943		
	Camión Dyna 4 toneladas 3.7 motor diesel	22,389		
	Explorer XLS 4x4 Motor 4.0 gasolina	41, 700	Concesionarios	Periódicos, Vallas
Ford	Escape 4x2 Motor 2.0 gasolina	27.990		
	Escape 4x4 Motor 3.0 gasolina	31,500		

	Expidition 4x4 Motor 5.4 gasolina	59,950		
	Expidition 4x4 Motor 4.6 gasolina	54,990		
	Fiesta Motor 1.6 gasolina	13,990		
Nissan	Almera Motor 1.6 gasolina	20, 798	Concesionarios	Periódicos
	X- trail Motor 2.1 diese	34,500		
	Sentra Motor 1.6 gasolina	13, 949		
	Pickup Doble cabina Motor 3.0 Diesel	28, 644		
	Patrol S.W Motor 3.0 diesel	61,749		
	Pathfinder Motor 3.5 gasolina	40,902		
Isuzu	Hi Lander 4x2 Motor 2.5 Diesel	26,500	Concesionarios	Periódicos
	Scorpio Motor 2.6 Disel	25,500		
	Camión Serie NHR 3 toneladas motor diesel	19,700		
	Camión Serie NHR 5 toneladas motor diesel	23,700		
	Pick up Doble cabina 4x2 Diesel	17,950		
Chevrolet	Celta Motor 1.0 gasolina	10,000	Concesionarios	Periódicos

	Aveo Motor 1.2 gasolina	11,600		
	Optra Motor 1.6 Gasolina	12,500		
	Vectra Motor 3.2 gasolina	34,000		
Mitsubishi	Pick up 4x2 doble cabina Motor 2.8 gasolina	18, 000	Concesionarios	Periódicos
	Lancer Motor 1.3 gasolina	14, 150		
	Lancer Motor 1.6 gasolina	17,000		
	Nativa 4x4 Motor 2.8 gasolina	36,000		
	Camión Canter 94HP 2 Toneladas 2.8 motor diesel	15,650		
	Camión 110HP 3 toneladas 3.6 Motor diesel	15,575		
Mazda	Pick up 4x2 doble cabina 2.9 Motor diesel	15,900	Concesionarios	Periódicos
	323 LX Motor 1.3 gasolina	12, 940		
Renault	Scenic Motor 2.4 gasolina	26,000		
	Laguna Motor 2.4 gasolina	26,500	Concesionarios	Periódicos
	Clio Motor 1.2 gasolina	12,224		

Hyundai	Terracam Motor 2.5 gasolina	35,550	Concesionarios	Periódicos
	Accent Motor 1.5 gasolina	16,00		
Mercedes Benz	C 180 K Motor 2.0 gasolina	42,000	Concesionarios	
	E 240 Motor 2.5 gasolina	64,456		
	OM 662 Motor 2.9 diesel	22, 800		
Honda	Fit Motor 2.4 Gasolina	16,000	Concesionarios	Periódicos
	CRV Motor 2.4 Gasolina 4x4	31,000		
	Civic Motor 1.5 gasolina	24,000		
BMW	Serie X5 Motor 3.0 diesel	70,900	Concesionarios	
	Serie 5 Motor 3.0 diesel	72,000		
	Serie 5 Motor 3.0 diesel	72,000		
	Serie 3 Motor 3.2 diesel	83,000		
Kia	Microbús Pregio GS 12 pasajeros Motor 2.7	18,000	Concesionarios	Periódicos
	Microbús Pregio 15 pasajero Rs Motor 3.0	20.588		

Peugeot	SRW Motor 2.7 gasolina	11,6140	Concesionarios	Periódicos
	Sportage Motor 2.0 diesel	23,188		
	Sorento 4X4 Motor 2.0 gasolina	29,832		
	Camión 1.5 toneladas diesel	13,500		
	Río Motor 1.3 gasolina	11,560		
	206 Motor 1.1 gasolina	10,990		
	307 Motor 1.4 gasolina	15,900		
	406 Motor 1.8 gasolina	25,000		
	Pick up 4x4 Motor 2.9 diesel	18,600		
	Partner Motor 1.9 diesel	10,900		

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor

Para recopilar los precios de repuestos se seleccionaron varios modelos de automóviles y se recolectaron los precios de repuestos de distintas marcas. En la siguiente tabla se puede observar la diferencia de precios entre repuestos originales (concesionarios) y repuestos genéricos (almacenes de repuestos), los cuales presentan diferencias abismales de hasta el 200%, lo cual justifica (a los ojos del cliente) el adquirir repuestos genéricos (no originales).

**Tabla 13. Precios de repuestos de vehículos particulares y comerciales en US\$, canal de distribución y Publicidad**

Marca	Modelo	Repuesto	Precio Venta Público US\$	Plaza	Promoción
-------	--------	----------	---------------------------	-------	-----------

			Almacén Repuestos	Concesionarios		
Toyota Corolla 1995		Balinera del Clutch	20.34	57.00	Almacenes de Repuesto	Anuncios del canal de comercialización
		Prensa del Cluth	35.88	62.84		
		Terminal de dirección	8.15 unidad	15 unidad		
		Bomba de rueda trasera	24.22 unidad	32 unidad		
		Punta de Flecha	47unidad	60.23		
		Disco del cluth	35.88	43		
		Disco de freno	43 unidad	54		
		Cremallera de dirección	20	27.21		
		Filtro de combustible	11.30	16		
		Filtro de Aire	14	18.54		
		Fricciones	28.25	34.54		
		Rines	322	410		
		Batería	45	60		

Marca	Modelo	Repuesto	Precio Venta Público US\$		Plaza	Promoción
			Almacén Respuesto	Concesionario		
Isuzu Pick Up 1998		Balinera del Clutch	21	94.92	Almacenes de Repuesto	Anuncios del canal de comercialización
		Prensa del Cluth	45	97.18		
		Terminal de dirección	22unidad	149.16 unidad		
		Bomba de rueda trasera	23.78 unidad	50.85 unidad		
		Punta de Flecha	70 unidad	110.90		
		Disco del cluth	30.00	63.60		
		Disco de freno	40.00unidad	95		

	Cremallera de dirección	23.00	38.14		
	Filtro de combustible	10.50	14.84		
	Filtro de Aire	13.89	18.02		
	Fricciones	16	21		
	Rines	555	600		
	Batería	45	52		

Marca	Modelo	Repuesto	Precio Venta Público US\$		Plaza	Promoción
			Almacén Repuestos	Concesionarios		
Kia Sportage	1997	Balinera del Clutch	45	90	Almacenes de Repuesto	Anuncios del canal de comercialización
		Prensa del Cluth	75	93.24		
		Terminal de dirección	30 unidad	45		
		Bomba de rueda trasera	35.00	47.31 unidad		
		Punta de Flecha	95unidad	115 unidad		
		Disco del cluth	60	75		
		Disco de freno	75 unidad	98.24 unidad		
		Cremallera de dirección	35	43		
		Filtro de combustible	28	40		
		Filtro de Aire	23.15	32		
		Fricciones	36	50		
		Rines	555	602		
		Batería	60	54		

Marca	Modelo	Repuesto	Precio Venta Público en US\$		Plaza	Promoción
			Almacén Repuestos	Concesionarios		



Renault Clio	2000	Balinera del Clutch	23	31.02	Almacenes de Repuesto	Anuncios del canal de comercialización
		Prensa del Cluth	78	107		
		Terminal de dirección	24.56 unidad	40 unidad		
		Bomba de rueda trasera	30	44.87		
		Punta de Flecha	13.25 unidad	27.84 unidad		
		Disco del cluth	70.98	113		
		Disco de freno	71.35 unidad	168 unidad		
		Cremallera de dirección	31.75	64.31		
		Filtro de combustible	7.19	11.20		
		Filtro de Aire	9.59	13		
		Fricciones	38	56.39		
		Rines	322	389		
		Batería	60	60		

**Tabla 14. Precios de repuestos para Transporte Público en US\$, canal de distribución y publicidad**

Marca	Modelo	Repuesto	Precio Venta Público US\$		Plaza	Promoción
			Almacén Repuestos	Concesionarios		
Toyota Coaster	1998	Balero del Collarin	95	132.38	Almacenes de Repuesto	Anuncios del canal de comercialización
		Prensa del Cluth	180.57	231.65		
		Terminal de dirección	27.06	76.93		
		Retenedores Aceite	25	41.89		
		Balero Disco Cluth	16.54	27.66		
		Disco del cluth	123.89	183.06		
		Disco de freno Delantero	103.24	386.46		

	Zapata de Frenos	87.09	117.52		
	Filtro de Aire	41	53.11		
	Batería	91.17	128.48		

Como se puede ver en el levantamiento de precios de auto partes, la diferencia existente entre los productos vendidos en concesionarios es significativamente grande, impulsando progresivamente la aparición de múltiples marcas que buscan satisfacer la demanda de éste tipo de repuestos, mientras que las auto partes originales cada vez pierden mas fuerza.

Los precios de las auto partes vendidas fuera de concesionarios varían en rangos muy amplios, ya que esto depende de la marca. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, la mayoría de los consumidores no reconocen las distintas marcas y no las asocian con calidad por lo que no están dispuestos a seleccionar los repuestos de alto costo.

En el mercado salvadoreño, la publicidad de boca en boca ha ocasionado que los propietarios de vehículos adquieran cada vez mas confianza en repuestos genéricos, pues tanto en calidad como en tecnología involucrada en los procesos de fabricación, la diferencia percibida es mínima, y si existe, el propietario asume la molestia o se acostumbra siempre y cuando los precios sean inferiores.

En el pasado, hace más de diez años, algunas marcas de repuestos realizaban promoción, tal es el caso de Amortiguadores Gabriel. Pero actualmente esto no se da. En los puntos de venta se despliegan algunos afiches tratando de dirigir la decisión de compra, pero con poco efecto porque la mayoría de las personas que acuden son mecánicos que ya conocen las marcas a comprar, o siguen el consejo del repuestero, pero siempre buscando bajo precio.

Otro de los factores que mas ha afectado la utilización de los concesionarios para la reparación de los vehículos es el alto precio de la mano de obra, la cual se cobra a tarifas entre US\$15 US\$20 por hora. Esto ha ocasionado que la mano de obra de talleres independientes incentiven al propietario a llevar su vehículo a éste tipo de establecimientos.

### **3.4 CONCLUSIONES DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

En El Salvador se comercializa una amplia gama marcas de automóviles al igual que de repuestos, siendo Toyota y sus partes los que presentan una mayor rotación.

Debe destacarse que en los últimos años nuevas marcas como Kia, Hyundai y Peugeot han penetrado el mercado con éxito sobretodo en los casos de Kia y Hyundai quienes por sus bajos precios han perneado la barrera mental del salvadoreño en cuanto a sus posibilidades de adquirir vehículo propio.

No existen en El Salvador vehículos nuevos que se comercialicen por menos de US\$9,000, mientras que las camionetas tienen precios alrededor de US\$30,000. En cuanto a los repuestos los precios son muy variados ya que no sólo dependen de la parte que se requiera sino de la marca del repuesto.

Así mismo la marca establece los estándares de atención y las fechas para realizar pedidos por lo que normalmente mantienen inventarios de 90 a 120 días en vehículos y de 60 a 90 días en repuestos.

Un cambio que se está planeando hacer es el realizar el lanzamiento de nuevos vehículos con relativa anticipación, lo que significa que los modelos del 2005 deberían comenzar a promocionarse a mediados del 2004 en lugar de a finales del año.

Los medios de comunicación por excelencia son la ubicación estratégica de las vitrinas en el caso de venta de vehículos, el brochure publicitario (sala de ventas) y la inversión en medios masivos como prensa y en algunos casos televisión.

#### Publicidad en Periódico de la marca Kia



Por su parte las marcas Renault, Seat y Nissan, continuaran enfocando sus esfuerzos al segmento de jóvenes, mientras que Toyota mantiene un espectro mucho más amplio de productos para satisfacer las necesidades y gustos de

diferentes segmentos de la población, siendo cada uno de ellos independientemente fuerte dentro del mercado.

#### **4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION**

San Salvador concentra mas del 60% del comercio de El Salvador, dejando como ciudades satélites importantes a San Miguel (Oriente) y a Santa Ana (Occidente), razón por las cual las ventas de automotores en términos de puntos de venta se distribuyen de la misma manera a pesar que el poder adquisitivo de las ciudades más pequeñas no es tan bueno como el de la capital.

Entre las principales industrias de San Salvador se destaca la industria de alimentos. A pesar de que el fuerte de la economía es agropecuario, la industria ha experimentado un significativo desarrollo en los últimos años dando lugar a un espectacular crecimiento demográfico del Distrito Central en donde se encuentra ubicado San Salvador. Por su parte, las ciudades mas importantes de El Salvador aparte de su capital son San Miguel, situada a 138 km. de la capital, es una de las ciudades con mayor número de habitantes, mientras que Santa Ana, ubicada a tan solo 66 km., es la capital de uno de los departamentos más activos en cuanto a producción agropecuaria, industrial y desarrollo turístico se refiere.

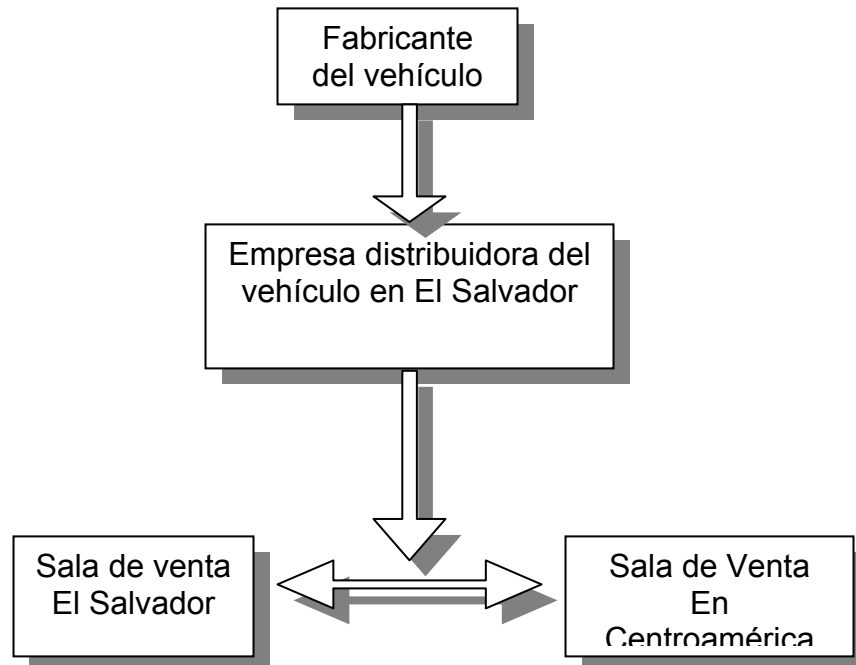
Por estas características, las distribuidoras de vehículos se concentran en estas tres ciudades ubicadas en lo que se ha definido como las 3 regiones en que El Salvador está dividido, siendo identificadas como las regiones occidental, central y oriental. Con la misma estrategia de distribución trabaja la comercialización de vehículos usados (Autolotes) que también se concentran en las mismas regiones y ciudades. Es importante mencionar que estos auto lotes de no de gran tamaño, no cuentan con amplios terrenos y no cuentan con vitrinas de exhibición. Usualmente pertenecen a personas independientes quienes alquilan terrenos, lotes e incluso locales para mostrar los vehículos que generalmente son producto en consignación.

En cuanto a auto partes se refiere, los establecimientos existentes en la actualidad están ubicados en sitios como Santa Tecla (San Salvador), en donde se concentran gran cantidad de auto partistas. A pesar de ser estos establecimientos, negocios pequeños, la inversión no es nada despreciable manteniendo inventarios significativamente altos pues deben mantener repuestos para diferentes clases de vehículos.

Estos establecimientos independientes corresponden a negocios generalmente familiares que han crecido con el tiempo ofreciendo cada vez mayor variedad de productos. Así mismo, existen locales dedicados a ciertas piezas como embragues, fricciones, dirección, suspensión, entre otros, establecimientos que mantienen inventario especializado y que generalmente poseen partes que no se consiguen en establecimientos que manejan diferentes partes del vehículo.

##### **4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN**

El margen que comúnmente se le da al distribuidor es del 30% sobre el precio de venta. Es decir que si un automóvil se vende en US\$10,000, el costo de ventas asciende a US\$7,000 y los otros US\$3,000 corresponden el margen del distribuidor.



#### 4.1.1. Vehículos Particulares y Comerciales

A continuación se especifican las marcas manejadas por cada grupo económico, su procedencia y capacidad de distribución.

**Tabla 15 Importadores De Vehículos Terminados (Nuevos), por Marcas, Procedencia y puntos de distribución.**

Empresa Importadora / Distribuidora	Marcas	Procedencia	Distribución
GRUPO Q	Nissan	Japón México España	El Salvador Honduras Nicaragua Guatemala
	Renault	Francia	El Salvador Honduras Guatemala
	Hyundai	Corea	El Salvador
	Chrysler	Estados Unidos	El Salvador Honduras

<b>Empresa Importadora / Distribuidora</b>	<b>Marcas</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Distribución</b>
	Dodge	Estados Unidos	El Salvador Honduras
	Jeep	Estados Unidos	El Salvador Honduras
	Honda	Estados Unidos Japón	El Salvador
	Isuzu	Japón	El Salvador
	Ferrari	Italia	El Salvador
	Monserati	Italia	El Salvador
GRUPO DIDEA	Toyota	Japón	El Salvador
	Mitsubishi	Japón	El Salvador
	Kia	Corea	Centroamérica
	Chevrolet	Estados Unidos	El Salvador
	Lexus	Japón Estados Unidos	El Salvador
	BMW	Alemania	El Salvador
	Cadillac	Estados Unidos	El Salvador
GRUPO GEVESA	Peugeot	Francia México	El Salvador
	Daewoo	Corea	El Salvador
	Ford	Estados Unidos	El Salvador
	Mazda	Japón	El Salvador
	Ssang Yong	Corea Alemania	El Salvador
CONTINENTAL MOTORES	Volkswagen	Alemania Brasil México	El Salvador
CONAUTO	Subaru	Japón	El Salvador
	Daihatsu	Japón	El Salvador
	Kia	Corea	El Salvador
ALFASAL	Alfa Romeo	Italia	El Salvador
	Seat	España Alemania	El Salvador
TRADER	Suzuki	Japón	El Salvador
STAR MOTORS	Mercedes Benz	Alemania	El Salvador

<b>Empresa Importadora / Distribuidora</b>	<b>Marcas</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Distribución</b>
GRUPO LOS TRES	Volvo	Suecia	El Salvador, Guatemala, Honduras y Costa Rica
	Jaguar	Italia	El Salvador, Guatemala, Honduras y Costa Rica

Fuente: Revista Autos, Red castel Group Elaboración: Grupo Consultor

La mayoría de empresas dedicadas a la comercialización de vehículos presentes en el mercado salvadoreño tienen oficinas centrales en San Salvador. A pesar de representar y distribuir diferentes marcas, no se requiere de una sucursal por marca por ciudad debido al tamaño del país, siendo utilizados los puntos denominados Centro Automotriz en donde se comparte el espacio físico entre las marcas manteniendo cada una sus oficinas (vitriñas) principales distribuidas en lugares estratégicos, los cuales deben ser definidos previamente conjuntamente con el fabricante con el fin de contar con la certeza que su producto estará disponible en lugares estratégicos y seguros.

La práctica que se lleva a cabo en el mercado a nivel de días de inventario oscila entre los 90 y 120 días. A pesar que una buena porción de los representantes deben pagar el producto a 30 días, se está negociando la posibilidad de extender el plazo de acuerdo que corresponda al tiempo de rotación del inventario. La única marca que maneja menores tiempos de inventario es Toyota a quien por su alta rotación se permite mantener producto por 60 días.

Para el caso de estas empresas las oficinas centrales se ubican de la siguiente manera:

*Grupo Gevesa*, ubicado en la Ciudad de San Salvador, desde donde se operan y dirigen todas las actividades referentes al mercado de los productos de automotores nuevos y usados, auto partes y talleres de servicio. Su operación incluye las actividades administrativas, de logística y de Operaciones. Esta empresa distribuye sus productos directamente a sus puntos de venta o sucursales que comprenden: sucursal San Miguel para la zona oriental y sucursal Santa Ana para la zona occidental del país, ambas están ubicadas estratégicamente en los departamentos de mayor desarrollo con lo cual se intenta abarcar el potencial del mercado ubicado en departamentos aledaños a estas ciudades

El contacto de esta empresa es:



Contacto: Ruben Rochi  
Dirección: Bulevar de los Heroes.  
Teléfono: (503)2259155  
Pagina Web: <http://www.gevesa.com>

*Continental Motors.* Tiene sus oficinas centrales teniendo ubicada en Santa Elena (Antiguo Cuscatlan del Departamento de La Libertad). Desde allí se manejan y dirigen todas las actividades relacionadas al mercado de los productos de automotores nuevos y auto partes, incluyendo los servicios de taller. Esta empresa importa directamente de los países proveedores para su oficina central, en donde se encarga de mercadear sus productos principalmente a la zona Central de El Salvador.

*CONAUTO.* Las oficinas centrales y a la vez su única sucursal se encuentra ubicada en Ciudad Merliot departamento de La Libertad. Desde ahí dirigen las actividades referentes al mercadeo de los productos de automotores nuevos y usados, auto partes y taller de servicio. Es importante aclarar que el servicio de sus talleres ha sido contratado por la empresa distribuidora de Vehículos Trader para que le brindarles servicio a sus clientes.

Contacto:  
Dirección: Carretera al puerto de la libertad.  
Teléfono: (503) 2892633

*Alfasal.* Al igual que CONAUTO, sus oficinas centrales y a la vez su única sucursal se encuentra ubicada en Ciudad Merliot departamento de La Libertad, desde donde se dirigen todas sus operaciones. En ésta ubicación se maneja producto tanto nuevo como usado, venta de auto partes y taller de servicio. Desde esta ubicación se pretende llegar al mercado salvadoreño principalmente al mercado de la capital.

Contacto: Eduardo Trabanino.  
Dirección: Bulevar Merliot C L2 Santa Tecla.  
Teléfono: (503) 2785711

*Star Motors.* Su oficina central y a la vez su única sucursal esta ubicada en la Ciudad de Santa Elena del Departamento de La Libertad, tomando esta ubicación como un punto estratégico para la distribución de la marca Mercedes, ofreciendo una gran variedad de vehículos particulares y comerciales, así como las auto partes y

la prestación de su servicio de taller. Desde este punto dirigen y operan todas las actividades comerciales y logísticas.

Contacto: Ricardo Umanzar  
Dirección: Bulevar Louis Poma y calle llama del bosque  
puente No. 1 Urbanización madre selva  
antiguo cuscatlan.  
Teléfono: (503)2441000 2441006.  
Fax: (503)2441001  
Dirección de correo electrónico: [mercedesbenz@agrisal.com](mailto:mercedesbenz@agrisal.com)

*Trader.* La oficina y la única sucursal esta ubicada en La Ciudad de San Salvador. A través de la empresa Autosprint se encarga de realizar y dirigir las actividades de administración, ventas y todo lo relacionado con operaciones de vehículos nuevos, motocicletas y partes. Esta empresa ha realizado la subcontratación de CONAUTO taller para la revisión, mantenimiento y reparación de sus vehículos. Trader desde este punto abarca la zona metropolitana.

Además existen 3 empresas en el mercado Salvadoreño que tienen sus distribuciones en determinadas marcas a nivel regional y sus operaciones la centralizan en determinado país de la región, siendo la mayoría de estas líderes en la industria automotriz. Las ubicaciones regionales de estas empresas son:

*Grupo los Tres.* Esta empresa tiene sus oficinas centrales en la ciudad de Guatemala (Guatemala). Desde ahí operan las actividades administrativas, de logística e importaciones. Además, incluyen parte de las operaciones relacionadas con mercadeo y ventas. Esta empresa ordena desde sus oficinas centrales la importación de vehículos, llegando a Guatemala en donde son distribuidos a El Salvador utilizando el servicio de empresas especializadas en transporte terrestre, los cuales se encargan de llevar los productos a la sucursal deseada. Sus oficinas en San Salvador se encargan de dirigir las operaciones de Mercadeo y Ventas con aprobación de las oficinas de Guatemala.

Dirección: Calle de la reforma No. 113 colonia San Benito.  
Teléfono: (503)2985566 (503)2955430.

*Grupo Q.* Esta grupo posee sus oficinas corporativas en la ciudad de San Salvador y Santa Elena. Desde allí operan y dirigen

actividades corporativas referentes al mercado de productos. Su operación incluye actividades administrativas, de logística, de importación, de recursos humanos y de mercadeo referentes a los productos de automotores nuevos y usados, repuestos, mayoreo de partes y accesorios, taller de servicio y centros de servicio rápido.

Esta empresa realiza desde las oficinas corporativas las importaciones de los vehículos llegando dichos pedidos directamente al país que se necesita abastecer mediante la utilización del servicio de empresas especializadas en transporte, los cuales se encargan de llevar los productos a la sucursal deseada.

Adicional a sus vitrinas de San Salvador, el grupo Q cuenta con vitrinas en Santa Ana y San Miguel cubriendo el 100% del territorio nacional.

Dirección: Autopista Sur y Avenida las Amapolas, Colonia San Mateo.  
Tel: (503) 2730988  
Fax: (503) 2730803  
Pagina Web: <http://www.grupoq.com>

*Grupo Didea.* Este grupo, al igual que Grupo Q, posee sus oficinas corporativas en la ciudad de San Salvador, desde allí operan y dirigen actividades corporativas referentes a la marca Kia y a mercado de productos de vehículos nuevos, repuestos, mayoreo y detalle de auto partes y accesorios, así como del taller de servicio.

Esta empresa realiza desde las oficinas corporativas las importaciones de los vehículos llegando dicho pedidos al país que se necesita abastecer, mediante la utilización de empresas especializadas en transporte, los cuales se encargan de llevar los productos a la sucursal de destino.

En el mercado Salvadoreño, las sucursales que se tienen son las siguientes: Ciudad de San Salvador que es en donde están ubicadas las oficinas principales, Ciudad Merliot, San Miguel para la zona oriental y las sucursales de Santa Ana y Sonsonate para la zona occidental del país. Ambas ubicadas estratégicamente en los departamentos de mayor desarrollo y en vías de desarrollo para poder abastecer el mercado regional y mantener mayor nivel de presencia versus su competencia.

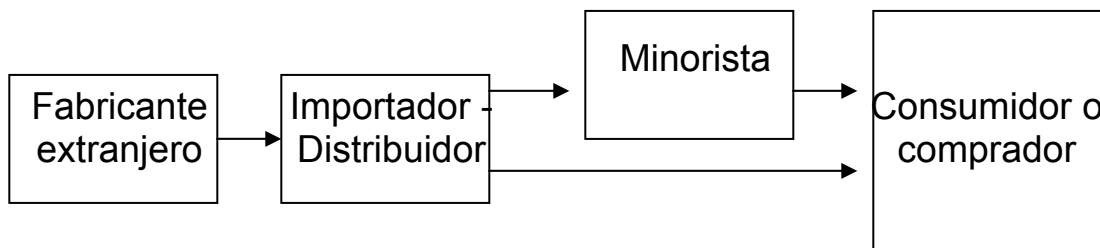
Contacto: Julio Ponce Orellana.

Dirección: Bulevar los Héroes prolongación alameda Juan Pablo Segundo.  
Teléfono: (503)2791669.  
Pagina Web: <http://www.toyotadidea.com>

*Auto lotes de Vehículos Usados importados de Estados Unidos.* La ubicación de estos auto lotes es variada. Sus oficinas se ubican en distintos puntos de las ciudades principales tales como San Salvador, Ciudad Merliot, Santa Elena, San Miguel y Santa Ana entre otros. Por lo general cada persona propietaria del auto lote no posee más de un auto lote y de ahí se encarga de operar y dirigir todas las actividades referentes de logística, administración y operaciones, importando directamente de Estados Unidos vía terrestre para luego comercializarlos.

#### 4.1.2. Repuestos y Auto partes

La comercialización de auto partes en El Salvador se da de acuerdo al siguiente diagrama:



Esto muestra como los mayoristas o distribuidores son los mismos importadores, que en muchos casos venden de forma directa a los consumidores. En las ciudades y pueblos fuera de San Salvador funcionan los minoristas, los cuales adquieren sus productos de los distribuidores que operan en la capital. Aún cuando en los últimos años se ha visto la expansión de los distribuidores con tiendas propias al interior. A continuación se presenta una caracterización de los distintos entes comercializadores de auto partes en El Salvador.

##### **Importadores – Distribuidores:**

En general las empresas presentes en el mercado Salvadoreño tienen sus oficinas en las principales ciudades de los Departamentos de San Salvador, La Libertad, Santa Ana y San Miguel. Desde allí dirigen y operan las actividades administrativas y de distribución. La mayoría de empresas de auto partes se centralizan en el área de la zona metropolitana por ser la zona donde mayor número de vehículos existe; sin embargo, la zona occidental y oriental están generando un progresivo crecimiento por lo que la demanda de vehículos ha aumentado considerablemente. Esto ha traído como consecuencia que ventas de partes de autos se expandan a otros departamentos del país, como Santa

Ana o Sonsonate en Occidente y San Miguel en la zona Oriental, en donde se utilizan como puntos estratégicos para cubrir la totalidad del país.

Actualmente, los grandes distribuidores como Didea y Grupo Q, a través de sus empresas Didea Car Boutique y Auto Shop respectivamente, ofrecen accesorios originales para los vehículos que comercializan, que a pesar de ubicarse en precios muy por encima del mercado, la garantía es que casan perfectamente en los vehículos y que por supuesto son originales.

A parte de las concesionarias de autos se observó crecimiento en 4 empresas del sector, que actualmente son las más importantes:

- Repuestos A&A Comercial,
- La Casa del Repuesto,
- Impresa Repuestos, y
- Super Repuestos

Estas empresas, además de ser importadoras y distribuidoras, son minoristas a través de sus propias salas de ventas. Además, se observa la tendencia en el mercado a la integración vertical, por lo que los distribuidores ahora están abriendo talleres propios que les permita mejorar sus márgenes de comercialización de productos al igual que prestar un servicio integral a sus clientes.

En todas las empresas distribuidoras mencionadas se observó crecimiento. El cual fue logrado a través de una buena estrategia publicitaria, stock de partes de mayor rotación, variedad de precios y calidades (económicos y altos) y una buena atención al público en general.

Las cuatro empresas mencionadas anteriormente operan de forma muy similar, es decir, normalmente no reciben crédito de sus proveedores, por lo que la inversión propia en inventario es muy elevada. A un mismo proveedor normalmente hacen sólo 2 pedidos en el año para alcanzar un volumen suficiente que permita obtener buen precio. Las importaciones se hacen en base CIF y siempre exigen que posean un buen seguro, ya que son piezas muy susceptibles a daños o robos durante el transporte.

Grupo Q solicita los pedidos de repuestos con destino a Honduras pues es el país que maneja el mayor volumen de ventas ofreciendo ventajas como pocas barreras comerciales, no hay límite de volúmenes ni condicionamiento a piezas no permitidas. Posterior a su llegada, las auto partes son reexportadas directamente a El Salvador y demás países centroamericanos por medio de empresas de transporte cuyos destinos son las diferentes sucursales del Grupo Q.

La competencia entre las empresas distribuidoras de repuestos es muy fuerte, así como su rivalidad. Poseen altos niveles de capital de inversión, relaciones cercanas con la banca y manejan multitud de relaciones comerciales en cada uno de los países lo que les da reconocimiento en los mercados.

### **Minoristas**

Una porción importante de la población de autopartistas han desarrollado su negocio de manera informal comprando localmente las partes a importadores, tanto formales como a informales. Los importadores informales son aquellos que no poseen un stock de inventario según el mercado actual y que importan las referencias de piezas y vehículos de acuerdo a requerimientos especiales de talleres o a su experiencia. En El Salvador, sólo el 30% del universo de empresas dedicadas a la comercialización de auto partes no son importadores, lo que indica que se compran a importadores formales e informales en el mercado local o regional.

Es importante mencionar que mientras más especializados y entrenados se encuentren los dependientes de las ventas de repuestos, en cuanto a especificaciones técnicas, marcas, durabilidad y calidad, el resultado será una clara ventaja competitiva frente a su competencia. Esta capacitación deben poseerla tanto los vendedores de los minoristas como de los mayoristas o distribuidores.

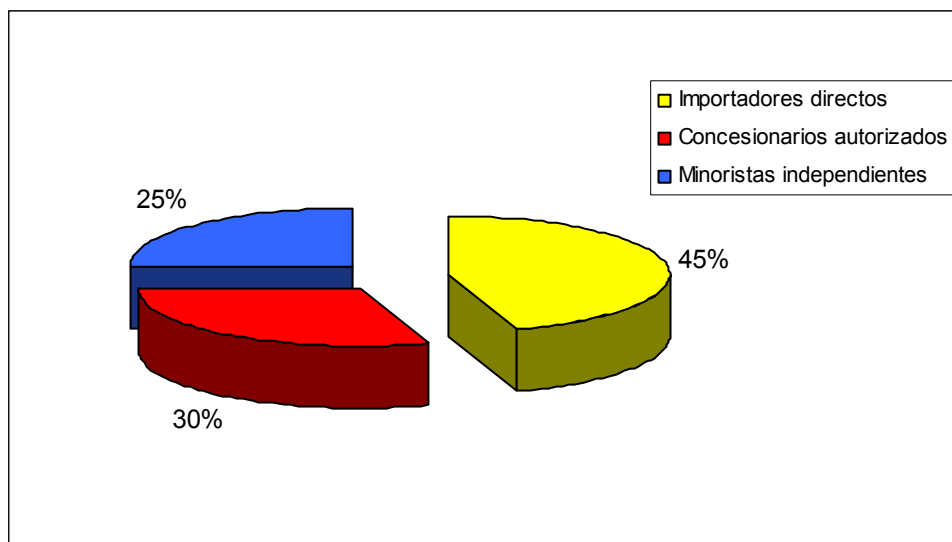
La venta de repuestos en El Salvador obliga a su cambio o devolución del dinero en caso de mal funcionamiento, toda vez que la auto parte no sea una parte eléctrica. Este ofrecimiento de garantía es aceptada como un valor agregado de servicio al cliente ofreciéndole al cliente total respaldo sobre los productos que adquiere. No muchos proveedores responden ante los propietarios de las salas de venta de repuestos, pero las salas de ventas deben trabajar bajo este estilo de garantía.

## **4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

En el subsector de auto partes los importadores directos son los que pueden ofrecer al mercado mejores condiciones económicas, por lo que este canal posee el 45% de participación de mercado en venta directa a los consumidores. Otro 25% lo poseen los concesionarios autorizados, quienes también son importadores directos. Alcanzan este porcentaje por dos razones, primero todos los vehículos que aún poseen garantía realizan sus servicios y reparaciones en las agencias, y segundo comercializan piezas muy específicas o costosas que en ocasiones no poseen los otros comercializadores.

Por último están los minoristas independientes, los cuales poseen el 30% del mercado. Participación obtenida gracias a que cubren parte del territorio salvadoreño a donde aún no llegan los importadores-distribuidores.

**Gráfica 22. Participación de mercados de los canales de distribución en el subsector de autopartes.**



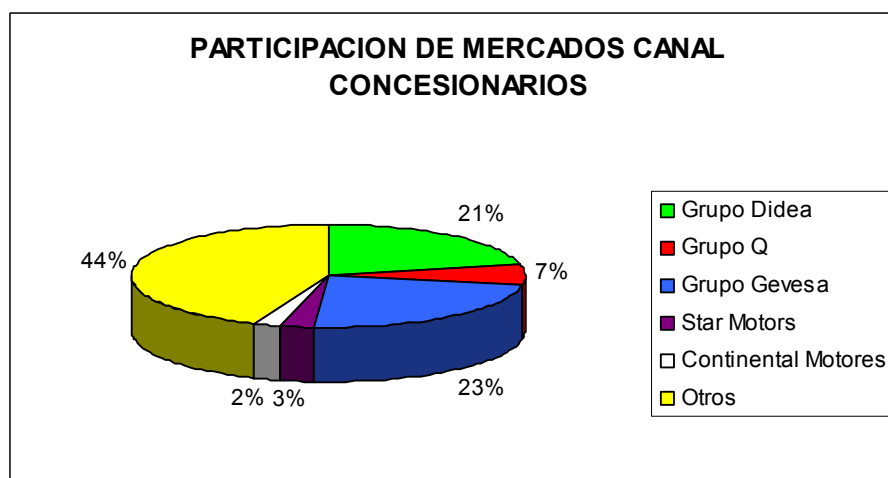
Fuente: Elaborado por el grupo consultor a partir de información recopilada en entrevistas a concesionarios automotrices y comercializadores de repuestos

### 4.3. IMPORTADORES

En El Salvador, los comercializadores de vehículos importan de manera directa tanto los vehículos ya ensamblados como las auto partes para sus centros de servicio.

En la siguiente gráfica se muestra la participación de mercados que alcanza algunas de estas empresas en el mercado de El Salvador.

**Gráfica 23. Participación de mercados del canal de concesionarios.**



Fuente: Elaborado por el grupo consultor.

En términos de auto partes, desafortunadamente no existen registros estadísticos que permitan realizar un análisis de participación de mercado. Igualmente, debido a la dispersión del mercado, los grandes auto-partistas y los concesionarios desconocen la participación del mercado suya y de su competencia, imposibilitando hacer una aproximación seria.

#### 4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES

En El Salvador existen diversidad de clientes que o han trabajado ya con empresas colombianas en el pasado o que quisieran tener acceso a productos colombianos dada su buena imagen en el mercado de las auto partes. De ésta manera se detallan algunos de las principales empresas que funcionan en el país, existiendo gran cantidad de detallistas menores que no son necesariamente importadores directos.

**Tabla 16 Base de Clientes potenciales<sup>3</sup>**

<b>Nombre</b>	<b>Repuestos para:</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Fax</b>	<b>Dirección</b>	<b>Pagina WEB</b>
<b>Automotriz Clutches</b>	Especialistas en clutches Racing	(503) 2222378	(503) 2216103	Av. Republica Federal Alemania No. 212	N.A.
<b>Autosal</b>	Kia, Mitsubishi, Ford	(503) 2603377	(503) 2605683	Alamaeda Roosevelt No. 2736	N.A.
<b>Repuestos Omar</b>	Todo tipo de repuestos	(503) 2251488 2251214	(503) 2251185 2257766	Blvd. Los Héroes y 23 Calle Frente ala mercado de las pulgas	N.A.
<b>Repuestos Quezada</b>	Camiones Mercedes Benz	(503) 2767123 2766740	(503) 2766733	Calle Concepción N0. 855	<a href="mailto:Repuestosquezada@saltel.net">Repuestosquezada@saltel.net</a>
<b>Repuestos Salvadoreños</b>	Todo tipo de repuestos	(503) 2703881	(503) 2703882	Blvd. Venezuela No. 110 y 2 av. Av sur	N.A.
<b>Repuestos Aceituno</b>	Vehículos volkmagen	(503) 2261845	(503) 2250572	29 calle norte No. 803	N.A.
<b>Repuestos Noe</b>	Buses internacional	(503) 2712324	(503) 2710143	Calle Gerardo Barrios No. 1808 y esquina 33 Acv Sur	<a href="mailto:Repuestosnoe@telemovil.com">Repuestosnoe@telemovil.com</a>
<b>Repuestos Izalco</b>	Camiones y autobuses	(503) 2810216	(503) 2810218	Col y CII Concepción No. 519	N.A.
<b>Lubrimotors</b>	Isuzu, Honda, BMW,	(503) 23512120 2350210	(503) 2262636 2252331	27 Calle Pte 209	N.A.
<b>Júnior Auto repuestos</b>	Todo tipo de repuestos	(503) 2262406	(503) 2262413	29 Calle Pte entre 15 y 17 Av norte 933	N.A.
<b>Proveedores Industriales</b>	Baleros Automotrices	(503) 2713144		17 Av sur no. 416	N.A.

<sup>3</sup> Para definir los clientes que componen la base de datos se definieron a través de entrevistas en las cuales se identificaron los principales distribuidores, tanto de repuestos como de vehículos. Sólo se incluyeron aquellos que son importadores directo y también distribuidores. Aunque todos venden también directamente al consumidor, así como al mayor.



<b>Munfresa</b>	Cabezales, rastras, autobuses y camiones	(503) 2712930	(503) 2216723	Calle Gerardo Barrios No. 1130	<a href="mailto:munfresa@saltel.net">munfresa@saltel.net</a>
<b>Internacional de Repuestos</b>	Todo tipo de repuestos	(503) 2707730	(503) 2702325	10 An Sur N0. 1215	N.A.
<b>Importadores nacionales</b>	Todo tipo de repuestos	(503) 2290444	(503) 2280814	Av Melvin Jones No. 5-6	N.A.
<b>Econoparts</b>	Mitsubishi, Nissan, Toyota, Volkswagen, BMW, honda	(503) 2710288		6 y 10 calle Pte y 27 av. Sur	<a href="mailto:econo@sv.cciglobal.net">econo@sv.cciglobal.net</a>
<b>CAM parts</b>	Todo tipo de repuestos	(503) 2256711	(503) 2256599	Blvd. Los Héroes No. 1229	N.A.
<b>Auto repuestos Racing</b>	Jeep, Chevrolet, Ford, Cherokee, wrangler	(503) 2254625		29 Cll pte No. 1117	<a href="mailto:racing@ejje.com">racing@ejje.com</a>
<b>Autorepuestos San Miguel</b>	Nissan, Toyota, Isuzu, Mazda	(503) 2863425		Cll concepción No. 1045	N.A.
<b>Texas truck</b>	Camiones, buses y cabezales	(503) 3182288	(503) 3182211	Km 22 Carretera a Sonsonate	<a href="mailto:texastruck@telecam.net">texastruck@telecam.net</a>
<b>Super repuestos</b>	Todo tipo de repuestos	(503) 2840222	(503) 2840091	Blvda Constitución No. 504	N.A.

#### 4.5. CONCLUSIONES DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Lo más destacable de la distribución de autos en El Salvador es que una misma empresa puede distribuir varias marcas competidoras. Esto se debe a que el tamaño del mercado no permite que haya empresas distribuidoras de una sola marca que puedan llegar a ser rentables en el mercado, a no ser que se tratase de Toyota o Nissan que abarcan una buena porción del mercado salvadoreño.

Personas o entidades interesadas en adquirir vehículos nuevos, deben necesariamente acudir a los concesionarios ubicados en El Salvador, pues incluso las entidades públicas prefieren adquirir sus vehículos de proveedores locales debido al servicio, respaldo y garantía que se obtiene.

Los repuestos en cambio son importados por los concesionarios o por distribuidores grandes, quienes hacen las veces de intermediarios distribuyendo el producto a almacenes detallistas de menor envergadura e incluso vendiendo directamente al consumidor final, ya sean mecánicos o los mismos propietarios.

A nivel de mercadeo, los distribuidores de vehículos deben destinar al menos un 5% de sus ventas para inversión en publicidad y son ellos quienes eligen los medios a través de los cuales se informará al consumidor. El mensaje y la publicidad es proveída por el productor, en lo cual el distribuidor no tienen mayor ingerencia.

Los días de inventario oscilan normalmente entre 90 y 120 días, a excepción de Toyota, quien maneja importaciones mas frecuentes debido a la cuya alta rotación del producto, manteniendo inventario por cerca de 60 días en promedio.

Normalmente los vehículos son importados FOB y los distribuidores obtienen hasta un máximo de 30 días de crédito. Es común que la casa matriz les exija apertura una carta de crédito antes de realizar la exportación.

En cuanto a repuestos, los importadores son pocos pero los minoristas son muchos y de diversos tamaños. Los importadores también cuentan con salas de venta, donde atienden tanto a consumidores finales (propietarios de vehículos o mecánicos), así como a minoristas o repuesteros como se les conoce, a quienes se vende con un descuento que oscila entre el 10% y el 30% dependiendo de la pieza.

## 5. Acceso al Mercado

Es muy importante el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de automotores y autopartes a El Salvador, 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 El Salvador, así como los requisitos generales y específicos que, por su naturaleza, se exigen para garantizar el bienestar de los consumidores.

### 5.1 Situación del Sector en el Marco del Mercado Común Centroamericano y los TLC

El Salvador y Estados Unidos durante las últimas negociaciones acordaron liberar los impuestos de importación (aranceles) a los repuestos para automotores, con lo que sus costos de ingreso al país se verán reducidos.

El acuerdo estipula que las partes de motor, llantas, lubricantes, amortiguadores, baterías y todos los demás repuestos e insumos para automotores provenientes de Estados Unidos ingresarán con cero aranceles desde el primer día de vigencia del TLC, que se espera será a finales del 2004. Si bien el compromiso todavía está sujeto a lo que las partes acuerden en todas las demás áreas es poco probable que se presente un cambio en la decisión.

### 5.2. Derechos Arancelarios

#### 5.2.1 Vehículos Particulares

Los vehículos incluidos en las partidas 87.01 y 87.09 están exentos de arancel, la 87.02, 87.04, 87.05, 87.06, 87.07 pagan 1% excepto para la posición arancelaria 87.02.10.90 que es del 5% y para la partida 87.10 el arancel es del 5%. Los principales proveedores son: Japón, Estados Unidos, Corea, Brasil, Honduras y Panamá. De estos Honduras y Panamá tienen preferencias arancelarias, el primero por ser parte de la Unión Aduanera y Panamá tiene un Tratado de Libre Comercio con El Salvador.

<b>Partida Arancelaria</b>	<b>Descripción</b>	<b>Arancel</b>	<b>Arancel Panamá</b>
8701	Tractores	0%	0%
8702	Vehículos para el transporte de 10 o más personas	1% (87021090 es 5%)	0% (87021090 y 87029090 es 3%)
8704	Vehículos para el transporte de mercancías	1%	0% (87042190 y 87043190 es 5%)
8705	Vehículos para usos especiales (ej. Bomberos, blindados)	1%	0%

8706	Chasis para vehículos de las partidas 8701 a 8705	1%	0%
8707	Carrocerías para vehículos de las partidas 8701 a 8705	1%	0%
8709	Carretillas automóvil como las usadas en almacenes, puertos, etc.	0%	0%
8710	Tanques y demás vehículos blindados de guerra	5%	5%

Fuente: Sieca

### 5.2.2 Vehículos Particulares

Como se puede observar en la tabla a continuación, los aranceles que se deben pagar para ingresar vehículos particulares a El Salvador oscilan entre 0% y 30%. Como principales proveedores se encuentra México, son quien El Salvador tiene un Tratado de Libre Comercio, sin embargo, es importante aclarar que no todos los productos incluidos en este subsector se negociaron bajo el tratado por tal razón, en muchos casos ingresan pagando el arancel general.

Partida	Descripción	Arancel	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	30%	30%
<b>8703.21</b>	<b>-- De cilindrada inferior o igual a 1,000 cm<sup>3</sup>:</b>		
8703.21.10	--- Rústicos	25%	25%
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	25%	25%
8703.21.30	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	25%	25%
8703.21.40	--- Ambulancias y carros de bomberos	25%	25%
8703.21.90	--- Otros	20%	20%
<b>8703.22</b>	<b>-- De cilindrada superior a 1,000 cm<sup>3</sup> pero inferior o igual a 1,500 cm<sup>3</sup>:</b>		
8703.22.10	--- Rústicos	25%	25%
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	1%	0%
8703.22.30	--- Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	1%	1%
8703.22.40	--- Ambulancias y carros de bomberos	1%	1%
8703.22.90	--- Otros	20%	20% - 25%
<b>8703.23</b>	<b>-- De cilindrada superior a 1,500 cm<sup>3</sup> pero inferior o igual a 3,000 cm<sup>3</sup>:</b>		
8703.23.10	--- Rústicos	25%	25%

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Arancel</b>	<b>Arancel México</b>
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	1%	0%
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	1%	1%
8703.23.40	- - - Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	1%	1%
8703.23.50	- - - Ambulancias y carros de bomberos	1%	1%
8703.23.90	- - - Otros	30%	25% - 30%
<b>8703.24</b>	<b>- - De cilindrada superior a 3,000 cm3:</b>		
8703.24.10	- - - Rústicos	25%	25%
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	1%	0%
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	1%	1%
8703.24.40	- - - Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	1%	1%
8703.24.50	- - - Ambulancias y carros de bomberos	1%	1%
8703.24.90	- - - Otros	30%	30%
<b>8703.31</b>	<b>- - De cilindrada inferior o igual a 1,500 cm3:</b>		
8703.31.10	- - - Rústicos	25%	25%
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	1%	0%
8703.31.30	- - - Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	1%	1%
8703.31.40	- - - Ambulancias y carros de bomberos	1%	1%
8703.31.90	- - - Otros	20% a 25%	20% a 25%
<b>8703.32</b>	<b>- - De cilindrada superior a 1,500 cm3 pero inferior o igual a 2,500 cm3:</b>		
8703.32.10	- - - Rústicos	25%	25%
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	1%	0%
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	1%	1%
8703.32.40	- - - Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	1%	1%

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Arancel</b>	<b>Arancel México</b>
8703.32.50	- - - Ambulancias y carros de bomberos	1%	1%
8703.32.90	- - - Otros	25% a 30%	25% a 30%
<b>8703.33</b>	<b>- - De cilindrada superior a 2,500 cm3:</b>		
8703.33.10	- - - Rústicos	25%	25%
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	1%	0%
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	1%	1%
8703.33.40	- - - Con capacidad hasta de 5 personas (conductor incluido), con o sin tracción en las 4 ruedas	1%	1%
8703.33.50	- - - Ambulancias y carros de bomberos	1%	1%
8703.33.90	- - - Otros	30%	30%
8703..9000	Otros	30%	30%
<b>8711.10.00</b>	<b>- Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada inferior o igual a 50 cm3</b>		
8711.10.10	- - Cuadrimotos y tricimotos	30%	18%
8711.10.90	- - Otros	5%	3%
<b>8711.20.00</b>	<b>- Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 50 cm3 pero inferior o igual a 250 cm3</b>		
8711.20.10	- - Cuadrimotos y tricimotos	30%	18%
8711.20.90	- - Otros	5%	3%
<b>8711.30.00</b>	<b>- Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 250 cm3 pero inferior o igual a 500 cm3</b>		
8711.30.10	- - Cuadrimotos y tricimotos	30%	18%
8711.30.90	- - Otros	5%	3%
<b>8711.40.00</b>	<b>- Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 500 cm3 pero inferior o igual a 800 cm3</b>		
8711.40.10	- - Cuadrimotos y tricimotos	30%	18%
8711.40.90	- - Otros	5%	3%
<b>8711.50.00</b>	<b>- Con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 800 cm3</b>		
8711.40.10	- - Cuadrimotos y tricimotos	30%	18%
8711.40.90	- - Otros	5%	3%
<b>8711.90.00</b>	<b>- Los demás</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>

Fuente: Sieca

### 5.2.3 Repuestos y Autopartes

Como se puede observar en la tabla a continuación, los aranceles que se deben pagar para ingresar repuestos y autopartes a El Salvador oscilan entre 0% y

30%. Dentro de los principales proveedores se encuentra México y Panamá, cuyas preferencias arancelarias se muestran en el cuadro a continuación.

Partida	Descripción	Arancel	Arancel Panamá	Arancel México
87.08	<b>PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS DE LAS PARTIDAS 8701 A 8705</b>	1%	0%	0%
8714	<b>PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS DE LAS PARTIDAS 87.11 A 87.13</b>			
8714.1	<b>- De motocicletas y triciclos a motor (incluidos los también a pedales):</b>			
8714.11.00	- - Sillines (asientos)	5%	3%	3%
8714.19.00	- - Los demás	5%	3%	3%
8714.20.00	- De sillones de ruedas y demás vehículos para inválidos	0%	0%	0%
8714.9	<b>- Los demás:</b>			
8714.91	<b>- - Cuadros y horquillas, y sus partes:</b>			
8714.91.10	- - - Cuadros y horquillas	10%	6%	6%
8714.91.90	- - - Partes	5%	3%	3%
8714.92	<b>- - Llantas (aros) y radios (rayos):</b>			
8714.92.10	- - - Llantas (aros)	10%	2%	2%
8714.92.20	- - - Radios (rayos)	0%	0%	0%
8714.93.00	- - Bujes sin freno y piñones libres	0%	0%	0%
8714.94.00	- - Frenos, incluidos los bujes con freno, y sus partes	0%	0%	0%
8714.95.00	- - Sillines (asientos)	0%	0%	0%
8714.96.00	- - Pedales y mecanismos de pedal, y sus partes	0%	0%	0%
8714.99	<b>- - Los demás:</b>			
8714.99.10	- - - Manivelas (manubrios, timones, manillares), guardabarros (loderas), cubrecadenas y parrillas portaequipaje (excepto de plástico)	10%	2%	2%
8714.99.20	- - - Puños (mangos) y parrillas portaequipaje (incluso para herramientas), de plástico	0%	0%	0%
8714.99.90	- - - Otros	0%	0%	0%

Fuente: Sieca

### 5.3 Reglas para importación de vehículos<sup>4</sup>

La importación de vehículos a El Salvador se rige por lo prescrito en el Instructivo 03-2002 y Decreto Legislativo 357<sup>5</sup> el cual establece las siguientes restricciones:

<sup>4</sup> [www.comunidades.gob.sv/sitio/lmg.nsf/vista/informes01/\\$file/vehiculos.htm](http://www.comunidades.gob.sv/sitio/lmg.nsf/vista/informes01/$file/vehiculos.htm)

<sup>5</sup> [www.mh.gob.sv/mh\\_2003/legislacion/formato\\_html/aduanales/Decreto\\_357.htm](http://www.mh.gob.sv/mh_2003/legislacion/formato_html/aduanales/Decreto_357.htm)

- Se prohíbe la importación de vehículos automotores livianos de pasajeros y carga que tengan más de ocho (8) años de fabricación.

- Se Prohíbe la importación de vehículos automotores pesados de carga y pasajeros que tengan más de quince (15) años de fabricación.

Para determinar la antigüedad de los vehículos, se contarán a partir del año de su fabricación. Quedan exentos de esta disposición los vehículos de colección, debidamente comprobados y los donados al Estado e instituciones de servicio públicos o de beneficencia y los de uso exclusivo para minusválidos o discapacitados, así como también aquellos vehículos que presten un servicio específico, tales como los de uso agrícola, de terracería, uso industrial y los que estén unidos a plantas eléctricas, perforadoras de pozo y purificadoras de agua

#### Importación de Vehículos Usados (Autoliquidación Vía Teledespacho)

##### **Requisitos**

1. Presentar Título de Propiedad del Vehículo Original.
2. Factura de compraventa y demás gastos del vehículo.
3. Llenar hoja de características Físicas; Firmada por un Agente de Aduanas o Importador autorizado, con la Documentación Anexa: NIT del importador, ARIVU (Autorización para el Régimen de Importación de Vehículos Usados), Escritura de Compra-venta, Declaración Jurada. Declaración Simplificada de Valor
4. Presentar la Declaración de Mercancías, liquidada por un agente o despachante de aduanas y cancelada en una Institución Financiera o Colecturía Habilitada por el Ministerio de Hacienda de El Salvador

#### Importación ordinaria ó trámite personal

##### **Requisitos**

1. Llenar solicitud de registro en original y copia de dicho trámite.
2. Ingresar el vehículo (a zona de vehículos usados) y Documentación Anexa: Título de Propiedad Original, NIT (del importador), ARIVU, Matrícula de Comercio, Escritura de Compra- venta, Declaración Jurada, factura de compraventa y demás gastos del vehículo y Declaración simplificada del valor y entregar al guardalmacén de la Aduana. En ventanilla de Aduana entrega la Declaración de Mercancías para revisión y firma. Luego, pagas los impuestos en una Institución financiera o Colecturía Habilitada por el Ministerio de Hacienda de El Salvador

Para las empresas y personas naturales que deseen introducir vehículos usados a su nombre, todos los documentos deberán estar a nombre de la Persona Jurídica o persona natural respectivamente.



En El Salvador, la Ley de Transporte es la que rige las restricciones que se aplican a el sector automotor en donde se establece el marco legal en materia de: Régimen administrativo de Transporte, Tránsito y su Seguridad Vial; Transporte Terrestre, con excepción de Régimen Ferroviario; Registro Público de Vehículos Automotores; Transporte Individual y Colectivo de Pasajeros; Transporte Liviano y Pesado de Carga; Tránsito y Circulación Vehicular; Seguridad Vial; Estacionamientos, Terminales de Servicio Colectivo, de Carga y demás lugares de acceso público en lo que fuese compatible; Protección al Medio Ambiente; Seguros y Fianzas y todo lo referente a Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. (Ver Anexo 1)

A su vez, se debe realizar el **Valúo Previo De Vehículos** en la Dirección General de la Renta de Aduanas en el Departamento de Valoración ubicado en el Km 11 ½ Carretera Panamericana, Aduana San Bartolo, Ilopango, San Salvador (Tel: (503) 244-5096; (503) 244-5097) en donde se debe cumplir con lo siguientes requisitos:

- Retirar formato de solicitud de tramite en la Sección de Correspondencia ubicada en la primera planta del Edificio Administrativo, Aduana Terrestre San Bartola, Km 11 ½ Carretera Panamericana, Ilopango, llenarlo, firmarlo y presentarlo en la misma sección con siguiente documentación:

- Solicitud de Valúo de Vehículo o Mercancía
- Factura Comercial
- Documento de Transporte (Conocimiento de Embarque, Guía Aérea o Carta de Porte)
- Título de Propiedad
- Póliza de Seguro (en caso de estar asegurada la mercancía y /o vehículo)
- Control de Ingreso por la Aduana (D.M.T.I. permiso de 60 o 90 Días C.I.T.V.)
- Petición de valúo firmado por el Importador o Agente de Aduanas

La duración del trámite para valúo de vehículos es de 3 a 4 días hábiles.

Para determinar el precio del vehículo nuevo se debe seguir con el siguiente procedimiento:

- Retirar formato de solicitud de tramite en la Sección de Correspondencia ubicada en la primera planta del Edificio Administrativo, Aduana Terrestre San Bartolo Km 11 ½ Carretera Panamericana, Ilopango, llenarlo, firmarlo y presentarlo en la misma sección con la siguiente documentación:

- Retirar formato (para opciones a declarar para modelo de vehículos) Código número DVA GT 06 en el Departamento de Valoración, (personalmente o solicitarlo para que se les envíe vía Correo Electrónico), Ubicado en primera planta del edificio administrativo, aduana San Bartola.
- Lista de Precios Consularizada.
- Lista de opciones de los modelos
- Justificación de los precios (si son menores a los aprobados anteriormente)
- Catálogos

- Declaración Jurada del representante legal del Distribuidor solicitante, cuya firma deberá ser debidamente legalizada por un notario.

La duración del Trámite es de 5 a 10 días hábiles y se realiza Km 11 ½ Carretera Panamericana, Aduana San Bartolo, Ilopango, San Salvador (Tels: (503) 244-5096; (503) 244-5097).

#### **5.4 Impuestos Internos**

La Reforma Fiscal llevada a cabo en El Salvador ha sido orientada a establecer una estructura basada en pocos impuestos, tasas impositivas bajas y una amplia base de contribuyentes. Como resultado de estos esfuerzos, El Salvador ha eliminado el Impuesto al Patrimonio, ha reemplazado el Impuesto del Timbre con un Impuesto al Valor Agregado, se eliminó el Impuesto a las Donaciones y Sucesiones al igual que con el Impuesto sobre la Ganancias de Capital y cuenta con El impuesto sobre la Renta de las empresas (Ingreso Corporativo).

No obstante, existen otros tipos de impuestos internos, como lo son el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles, el Impuesto sobre las Bebidas Gaseosas o Endulzadas y el Impuesto sobre la Bebidas Alcohólicas Nacionales o Extranjeras.

En este capítulo se describen los impuestos que afectan a las importaciones hacia El Salvador, su tasa de imposición y las condiciones de pago. Estos gravámenes son recaudados por el Gobierno Central.

##### **5.4.1 Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA)<sup>6</sup>**

El Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (conocido en muchos países como el Impuesto al Valor Agregado), fue introducido a El Salvador en Septiembre de 1992. Comenzó con una tasa proporcional del 10% sobre la transferencia, importación, internación (en el área centroamericana), y el consumo de bienes muebles y corpóreos, y sobre la prestación, importación, internación y consumo personal de servicios. El impuesto fue incrementado en un 3%, por lo que actualmente la tasa es del 13%.

Como un incentivo a las exportaciones, todas las operaciones de exportación tienen un impuesto del 0%. Sin embargo, los impuestos se recolectan cuando los productores compran bienes y servicios requeridos para la manufactura de los productos o para la prestación de los servicios exportados, pero tienen el beneficio de una devolución del 6% por una exportación FOB.

---

<sup>6</sup> Decreto legislativo No 296 de 1 de septiembre de 1992.

Las personas naturales, jurídicas, sucesiones, fideicomisos, asociaciones cooperativas, instituciones, organismos y empresas de propiedad del Gobierno Central y de instituciones públicas descentralizadas o autónomas, cuando realicen cualquier acto que genere este tipo de Impuesto.

#### 5.4.2 Impuesto Sobre la renta

La Ley de Impuesto sobre la Renta determina que todas las personas naturales, sucesiones y fideicomisos domiciliados en el país y que obtengan ingresos superiores a ₡22,000.00 (US\$ 2,514.29) anualmente, que provengan de rentas diversas, deberán pagar el impuesto de conformidad con los porcentajes determinados en una tabla progresiva que varía entre el 10%, 20% y 30%.

En el caso de personas naturales, sucesiones y fideicomisos no domiciliados en el país, calcularán el impuesto aplicando a su renta neta o imponible una tasa proporcional del 25%. En el caso de las personas jurídicas, sin perjuicio de su domicilio o nacionalidad, éstas deben pagar impuestos sobre la renta consistentes de un tasa proporcional del 25% sobre las cantidades que excedan los ₡75,000.00 (US\$8,571.43). Es preciso señalar que en el caso de las personas jurídicas, deben de retener en concepto de anticipo a cuenta el 1.5% sobre los ingresos brutos.

Para cualquier pago recibido por actividades realizadas en el territorio por una persona natural o jurídica, sucesión o fideicomiso, que no esté domiciliado en el país, procede la retención del 20%.

Las regalías por asesoría técnica quedan sujetas al Impuesto sobre la Renta siempre y cuando dicha asesoría se realice en el país o en el territorio y, en todo caso, quedan sujetas a IVA.

Las personas jurídicas no domiciliadas en el país, están obligadas a constituir representante o apoderado ante la Dirección General de Impuestos Internos. De no acreditar representante o apoderado ante dicha entidad, se considerará como tal al representante legal de la persona jurídica.

La tabla de los impuestos efectivos sobre las ganancias en El Salvador es la siguiente:

De	A	Tasa impositiva
	₡22,000.00 (\$2,514)	Exento
₡22,000.01 (\$2,514)	₡80,000.00 (\$9,143)	10% sobre el exceso de ₡22,000.00 (\$2,522) más ₡500.00 (\$57)
₡80,000.01 (\$9,143)	₡200,000.00 (\$22,857)	20% sobre el exceso de ₡80,000.00 (\$9,143) más ₡6,300.00 (\$720)
₡200,000.01 (\$22,857)	Y más	30% sobre el exceso de ₡200,000.00 (\$22,857) más ₡30,300.00 (\$3,462)

**Tipo de Cambio: 1us\$= \$8,75**

### **5.4.3 Otros Impuestos**

En adición a las tres grandes fuentes de ingresos del Estado<sup>7</sup>, existen otros impuestos que generan el 2% del ingreso en El Salvador. Por ejemplo, el Impuesto a los Bienes Raíces tasa la transferencia de bienes inmuebles cuando su valor excede ₡250,000.00 (US\$28,571.43), con una tasa fija del 3%. Como este impuesto se encuentra sujeto al valor del inmueble que la Administración Tributaria determine como valor real del inmueble, su aplicación está sujeta a criterios técnicos de evaluación.

También existe un impuesto a la circulación de vehículos, el cual es anual y se cancela cada vez que el propietario renueva la tarjeta de circulación del vehículo o cuando lo introduce del extranjero.

Finalmente, El Salvador posee impuestos específicos que corresponden a las Bebidas Alcohólicas, Cigarrillos y Bebidas Gaseosas. Tomando en consideración que un porcentaje bajo de los ingresos del Estado provienen de este tipo de impuestos, no son considerados como una fuente importante en el sistema impositivo.

### **5.5Cálculo del Impuesto a Pagar Por Vehículos Terminados**

Para saber cuánto paga un vehículo es necesario tener en cuenta los siguientes datos:

1. Si existe documento de Compra Venta en el extranjero considerar los siguientes elementos:
  - a) Valor de Compra: Según factura de compra venta
  - b) Fletes pagados: son todos los fletes incurridos hasta el momento de arribo al país (marítimos y/o terrestres)
  - c) Gastos de Repuestos y mano de obra: si el vehículo ha sido reparado hasta antes del pago de los impuestos al país sea que se realicen en el exterior o dentro del territorio.
  - d) Comisiones: si ha pagado en concepto de comisiones a alguna persona por representarlo en el proceso de compra del vehículo.
  - e) Otros Gastos: Cualquier otro gasto originado con la importación del vehículo sea este en concepto de documento u otro.

Una vez computado todo esto se suma para obtener un total que será la base para la determinación de los impuestos así:

---

<sup>7</sup> Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA), Impuesto sobre la Renta y los Aranceles.

Valor Base para Determinación de Impuestos (VBDI): A+B+C+D+E

NOTA: si “A” ya incluye los conceptos B y E, ya no se deben de sumar para el determinar VBDI.

2. Una vez teniendo dicho total es necesario determinar el tipo de vehículo que se desea importar para efectos de determinar el Derecho Arancelario correspondiente Así:

<b>AUTOMOTOR</b>	<b>%</b>
<b>Si es Pick Up o Camión hasta 2.5 toneladas aplicar Derecho Arancelario del:</b>	<b>5%</b>
<b>Si es camión de mas de 2.5 Toneladas aplicar Derecho Arancelario del :</b>	<b>1%</b>
<b>Si es vehículo tipo turismo (menos de 15 personas) con motor hasta 1300 C.C. aplicar DAI:</b>	<b>20%</b>
<b>Si es vehículo tipo turismo (menos de 10 personas) con motor desde 1300 C.C. hasta 2000 C.C. aplicar DAI:</b>	<b>25%</b>
<b>Si es vehículo tipo turismo (menos de 10 personas) con motor de 2000 C.C. en adelante aplicar DAI:</b>	<b>30%</b>
<b>Si es vehículo tipo turismo (menos de 10 personas) con transmisión 4x4 de cualquier cilindrada aplicar DAI:</b>	<b>25%</b>
<b>Si es vehículo tipo Microbus (mas de 10 pero menos de 15 personas) con motor diesel o semi diesel aplicar DAI:</b>	<b>5%</b>
<b>Si es vehículo tipo Microbus (mas de 15 personas) con motor diesel o semi diesel aplicar DAI:</b>	<b>1%</b>
<b>Si es vehículo para transportes especiales tipo ambulancias, coches fúnebres y celulares aplicar DAI:</b>	<b>1%</b>
<b>Si es vehículo para transportes especiales tipo camiones Grúa, de Bomberos, Camiones tipo Hormigonero, Barredores , esparcidores, Tipo Taller, Radiológicos, aplicar DAI:</b>	<b>1%</b>
<b>Si es motocicleta aplicar DAI:</b>	<b>5%</b>
<b>Si es cuádrimotor o tricimotor aplicar DAI :</b>	<b>30%</b>

Una vez identificado el tipo de vehículo aplicar el DAI correspondiente y sumar nuevamente a la Base para calcular el IVA, ver ejemplo:

Vehículo de 1600 c.c. marca Toyota, 5 pasajeros:

Valor Base para Determinación de Impuestos (VBDI): \$ 2,500.00 Derecho a aplicar 25%

Cálculo de DAI: \$ 2,500.00 x 25% = \$625.00

Cálculo del IVA: \$2,500.00+ \$625.00: \$3,125.00

Aplicar el 13% de IVA a \$3,125.00, así \$3,125.00 x 13%= \$406.25

Suma DAI +IVA = \$625.00 +\$ 406.25 = \$ 1031.25

Total a pagar de Impuestos por el Vehículo: \$1,033.25



## **6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES**

El mercado de automotores y autopartes en El Salvador, es un mercado abastecido en su totalidad por importaciones, ya que no hay producción local en ninguno de los subsectores. Esto implica que la oferta se puede adecuar totalmente al tamaño que adquiera la demanda, independientemente e que se expanda abruptamente. Sin embargo, esto no implica que no existan oportunidades latentes en el mercado para exportadores colombianos.

En el caso de vehículos particulares y comerciales, el mercado ha venido siendo abastecido por un sin numero de compañías, aunque los líderes indiscutibles son las marcas japonesas. Los vehículos provienen de fábricas ensambladoras definidas generalmente por la casa matriz y establecido en el contrato de comercialización y representación de la marca. Por lo tanto, las posibilidades de exportación a El Salvador radican en lograr que las casa matrices acepten a Colombia como la mejor y más económica alternativa para ensamblar los productos que se consumen en El Salvador y en el resto de Centroamérica, para lo cual debería trabajarse insistentemente en el manejo de costos y de los beneficios logísticos que representa el estar ubicado en cercanías del mercado destino. Estas negociaciones deben llevarse a cabo de forma paralela con la casa matriz y con los distribuidores en El Salvador.

Desafortunadamente los costos de los fletes no son abismalmente diferentes de países como Brasil, Estados Unidos e inclusive Europa ó Asia, lo cual limita de alguna manera el generar ventajas competitivas que justifiquen cambiar los actuales países de origen. Además, los consumidores poseen mayor confianza en un vehículo fabricado en el mismo país de donde proviene la marca, que en otro. Un ejemplo es Volkswagen, que los compradores prefieren los ensamblados en Alemania sobre los hechos en México o Brasil.

El subsector de autorepuestos es un área en donde Colombia podría tener amplias oportunidades para competir ya que debido a la mala experiencia que los empresarios han tenido con el producto mexicano y en algunos casos coreanos, están dispuestos a probar otros proveedores. La ventaja de Colombia es que posee muy buena reputación en cuanto a calidad, sin embargo los distribuidores argumentan que no conocen el producto específico ni la oferta que presenta el país en este subsector. Para penetrar el mercado se sugiere enviar folletería de la empresa a los principales distribuidores, y posteriormente realizar una visita personal, donde se entregue el catálogo, muestras y se obtenga el primer pedido.

Una vez más se confirma el hecho que los colombianos desafortunadamente no dan a conocer su producto de la manera correcta, pues al parecer desconocen la forma de hacer negocios de los salvadoreños, sus expectativas y sus necesidades. “El que no muestra, no vende” argumentaron algunos distribuidores de repuestos en San Salvador refiriéndose a los empresarios

colombianos. Esto enfatiza la necesidad de ofrecer muestras y brindar una atención personalizada, evitando los representantes.

Es importante que los productores colombianos logren igualarse a las condiciones que actualmente ofrecen otros fabricantes, como los chinos, coreanos e incluso americanos, los cuales mantienen vínculos permanentes con ellos para satisfacer sus necesidades, envían muestras, brindan asesoría técnica y ofrecen ventajas comerciales o crediticias atractivas para los empresarios salvadoreños.

Se espera que el subsector de mayor crecimiento durante la próxima década sea el subsector de los vehículos comerciales (camiones) y de los vehículos particulares de gama baja. Las razones son el continuo empuje en el desarrollo industrial de El Salvador mediante el incentivo a la inversión extranjera y el desarrollo de la industria, y por el crecimiento desmesurado de la entrada de remesas a El Salvador, lo cual permitirá a las clases medias y bajas adquirir vehículos de acuerdo a sus posibilidades. Sin embargo como ya se mencionó, para atacar estos subsectores es necesario que los contratos entre la casa matriz y los distribuidores en El Salvador cambien permitiendo la importación de unidades ensambladas en Colombia.



## **Anexos**

### **Anexo 1: Ley de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial**

LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL

MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS, TRANSPORTE Y DES. URB

Estado: VIGENTE

Naturaleza : Decreto Legislativo N°: 477 Fecha: 19/10/95 D. Oficial: 212 Tomo: 329 Publicación DO: 16-11-1995 Reformas: (18) D.L. N° 788, del 22 marzo del 2002, publicado en el D.O. N° 75, Tomo 355, del 25 de abril del 2002.

DECRETO N° 477

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR,

CONSIDERANDO:

I.- Que en la actualidad no existen normas legales que regulen el transporte en su marco conceptual, que otorgue en todo su contexto, lo relativo a las obligaciones y derechos que de ellas emanan;

II.- Que mediante Decreto Ejecutivo No. 13, de fecha 18 de noviembre de 1946, publicado en el Diario Oficial No. 277, Tomo 141 de fecha 14 de diciembre de ese mismo año, se emitió el Reglamento General de Tránsito; que ha regulado hasta la fecha lo relativo a la circulación de vehículos en el país;

III.- Que dicho Reglamento en la actualidad no establece las regulaciones necesarias que demandan el Transporte, Tránsito y Seguridad Vial, en las vías terrestres;

IV.- Que para solventar el vacío actual se hace necesario dictar normas que coordinen y dirijan las políticas de Transporte en General y por ende del Transporte Terrestre;

V.- Que a fin de contar con un ordenamiento jurídico que regule las situaciones antes planteadas es procedente dictar las normas correspondientes;

POR TANTO,

En uso de sus facultades constitucionales y a iniciativa de los Diputados JORGE ALBERTO CARRANZA ALVAREZ, ALFONSO ARISTIDES ALVARENGA, GERARDO ANTONIO SUVILLAGA, DAVID ACUÑA, GUSTAVO ROGELIO SALINAS OLMEDO, ROBERTO SERRANO ALFARO, JORGE ALBERTO VILLACORTA MUÑOZ, MAURICIO ENRIQUE RETANA ESCALANTE, ALEJANDRO RIVERA, JOSE GABRIEL MURILLO DUARTE, CARLOS VALENTIN ZELAYA SEELIGMAN, VLADIMIR ANTONIO ORELLANA GUERRA, JOSE DOLORES ZELAYA MENDOZA, SALVADOR ROSALES AGUILAR, DAVID PEREIRA RIVERA, JORGE AUGUSTO DIAZ RIVAS, JUAN ANTONIO ASCENCIO OLIVA Y LIZANDRO NAVARRETE CABALLERO,

DECRETA:

LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL.

## TITULO 1

### DISPOSICIONES PRELIMINARES

#### CAPITULO UNICO

#### OBJETO DE LA LEY

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto establecer el marco legal en materia de:

- a) Régimen administrativo de Transporte, Tránsito y su Seguridad Vial;
- b) Transporte Terrestre, con excepción de Régimen Ferroviario;
- c) Registro Público de Vehículos Automotores; Transporte Individual y Colectivo de Pasajeros; Transporte Liviano y Pesado de Carga;
- d) Tránsito y Circulación Vehicular;
- e) Seguridad Vial;
- f) Estacionamientos, Terminales de Servicio Colectivo, de Carga y demás lugares de acceso público en lo que fuese compatible;
- g) Protección al Medio Ambiente;
- h) Seguros y Fianzas;
- i) Todo lo referente a Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

Art. 2.- Siempre que en esta ley se mencione Transporte, Tránsito y Seguridad Vial, se entenderá que se refiere única y exclusivamente a Materia Terrestre.

Art. 3.- Para tal efecto esta Ley regulará:

- 1) Las normas del transporte y de la circulación de los vehículos que presten el servicio de Transporte; así como las que por razones de Seguridad Vial han de regir para la circulación de peatones y semovientes por las vías terrestres; estableciéndose para tal efecto los derechos y obligaciones de los usuarios.
- 2) La autorización y el establecimiento de rutas, frecuencias y fluidez de la circulación vehicular del servicio colectivo de pasajeros; así como la concesión de líneas que deba establecer el Viceministerio de Transporte a través de la Dirección General de Transporte Terrestre.
- 3) Los sistemas de señalización de las vías públicas y el grado de polarización de los parabrisas y vidrios vehiculares. (8)
- 4) Las infracciones derivadas del incumplimiento de esta Ley y su Reglamento, las normas que se hayan establecido y las sanciones aplicables a los mismos.
- 5) El transporte de personas adultas, niños o transporte escolar o de personas discapacitadas, en lo referente a su circulación y a la seguridad vial.
- 6) El transporte por vías terrestres de mercancías, materiales y maquinaria, especialmente las peligrosas y las perecederas.
- 7) Regular aquellas actividades económicas, de infraestructura y sociales que tengan una incidencia directa sobre la seguridad vial y en especial la de los talleres de mantenimiento y reparación de vehículos.

## TITULO 2

### TRANSPORTE TERRESTRE

#### **CAPITULO : DE LAS AUTORIDADES ADMINISTRATIVAS**

Art. 4.- La ejecución de esta Ley corresponde al Órgano Ejecutivo a través del Viceministerio de Transporte, quien es el ente rector, coordinador y normativo de las políticas de transporte.

Art. 5.- El Viceministerio de Transporte a través de la Dirección General de Transporte Terrestre y de la Dirección General de Tránsito, será el encargado de velar por la adecuada aplicación y cumplimiento de las normas contenidas en esta Ley. Para su cumplimiento las referidas Direcciones Generales contarán con personal técnico y administrativo y del apoyo de las Divisiones de Tránsito Terrestre y Medio Ambiente de la Policía Nacional Civil.

Art. 6.- El Viceministerio de Transporte, por medio de los organismos respectivos, será el responsable de ejecutar los programas, funciones o actividades de transporte terrestre, tránsito y de seguridad vial, ejerciendo control sobre los vehículos automotores que ocasionen contaminación ambiental.

Art. 7.- El Ministerio de Hacienda a través del Servicio General de Tesorería, será el encargado de percibir, custodiar y erogar los fondos a que dé lugar la aplicación de esta ley y sus reglamentos.

Art. 8.- El Viceministerio de Transporte, mediante la Dirección General de Tránsito, tendrá a su cargo la dirección funcional de la División de Tránsito Terrestre de la Policía Nacional Civil, en lo referente a vehículos automotores que circulen en el país, y sus funciones serán determinadas en los reglamentos correspondientes.

Art. 9.- El Viceministerio de Transporte, previo estudio técnico realizado o avalado por la Unidad de Ingeniería de Tránsito, establecerá lo relativo a la circulación de vehículos automotores, la señalización y seguridad vial. Cualquier modificación al respecto deberá anunciarse públicamente por lo menos en tres periódicos de circulación nacional en el país, con una antelación no menor de quince días.

Art. 10.- El Consejo Superior de Transporte, será un organismo de alto nivel asesor máximo en materia de transporte, estará adscrito al Ministerio de Obras Públicas, con integración y representación del sector público y privado. En este último se incluyen entre otras, las gremiales de transporte colectivo de pasajeros, de carga pesada y de distribución de mercaderías, sus integrantes, funciones y atribuciones se establecerán en el Reglamento respectivo, incluyendo la conformación de su Secretaría Técnica de Apoyo.

#### **CAPITULO: DE LOS TIPOS DE VEHICULOS**

Art. 11.- Para los efectos de esta ley, los vehículos se clasifican en:

- a) De motor;
- b) De tracción humana, ya sea de mano o pedal; y,
- c) De tracción animal.

Art. 12.- Los vehículos automotores regulados por esta Ley serán:

1) Livianos de pasajeros:

- a- Automóviles;
- b- Microbuses;
- c- Motocicletas de todo tipo y clase.

2) Livianos de carga:

- a- Pick ups y paneles;
- b- Camiones hasta de tres toneladas de capacidad.

3) Pesados de pasajeros:

- a- Autobuses de todo tipo y clase;
- b- Otros de tecnología diferente que a futuro se utilicen.

4) Pesados de cargas:

- a- Camiones de más de tres toneladas de capacidad;
- b- Camiones y remolques articulados;
- c- Cabezales y trailers;
- d- Maquinaria pesada montada sobre ruedas de hule;
- e- Otros no contemplados.

Asimismo, se establecen regulaciones especiales en lo que compete a esta Ley, sobre los vehículos de tracción humana o animal; así como cualquier vehículo de tecnología diferente que a futuro pudiese incorporarse a la circulación vehicular en el país, a excepción del transporte ferroviario.

Art. 13.- Todos los vehículos deberán tener el timón al lado izquierdo de fábrica y cumplir con las normas mínimas para circular por la red vial del país, las cuales serán específicas en el reglamento respectivo se exceptúan de esta medida los vehículos antiguos de colección cuyo timón es original al lado derecho, los cuales serán regulados en el reglamento respectivo, y deberán atenerse a las normas mínimas de seguridad que el reglamento establezca. (15)

\*INICIO DE NOTA:

EN EL DECRETO LEGISLATIVO N° 695, DEL 21 DE DICIEMBRE DEL 2001, PUBLICADO EN EL D.O. N° 14, TOMO 354, DEL 22 DE ENERO DEL 2002, LA CUAL CORRESPONDE A LA LLAMADA N° 15 EN LA PRESENTE LEY, TIENE UN ARTICULO TRANSITORIO EL CUAL SE TRANSCRIBE TEXTUALMENTE ASI:

Art.3.- (TRANSITORIO) Determinase un régimen Especial Transitorio para los vehículos que a la fecha de la vigencia de este Decreto hayan cancelado los impuestos causados por su importación y no tenga timón a la izquierda original de fábrica; para los cuales se otorga un plazo de 180 días calendario a partir de la fecha de vigencia del presente Decreto, a fin de que puedan traspasarle el timón del lado derecho al lado izquierdo. Dicha modificación deberá realizarse con las partes originales ya sean nuevas o usadas para vehículos con timón al lado izquierdo de fábrica, con el fin de garantizar la seguridad de quienes los usan, las cuales se detallan a continuación:

- a. Pedales de frenos y embragues
- b. Cremallera de dirección
- c. Pared de fuego
- d. Viga de soporte de barra de dirección.
- e. Espejos retrovisores laterales, y
- f. Barra de sujeción de cremallera de dirección

Además deberán orientarse las luces frontales de acuerdo a las normas de conducción para vehículos con timón a la izquierda de fábrica.

El Viceministerio de Transporte verificará el fiel cumplimiento de lo dispuesto en el presente artículo y extenderá una constancia de que las partes son originales, ante el Registro de Vehículos para que proceda a extender la matrícula respectiva.

Si el Viceministerio determina que las partes mencionadas en el presente Artículo no son originales ya sean nuevas o usadas, el vehículo no podrá matricularse y deberá destinarse para repuestos, obligándose el importador a desmantelarlo, así como el Viceministerio deberá notificar a las autoridades aduaneras de lo acontecido, a fin de que éstas corroboren el cambio del destino del vehículo y lo contemplen en la póliza respectiva.

Los importadores de vehículos con timón al lado derecho, al venderlos deberán informar por escrito al comprador que éste no es original con timón al lado izquierdo; asimismo las siguientes compraventas deberán darse con igual procedimiento. El incumplimiento a lo dispuesto en el presente inciso hará incurrir al infractor en una multa equivalente a cincuenta salarios mínimos urbanos, sin perjuicio de las demás acciones legales a que se exponga.

\*FIN DE NOTA.

Art. 14.- Todos los vehículos automotores deberán someterse periódicamente a las revisiones mecánicas correspondientes, las que se llevarán a cabo en los sitios y talleres autorizados y especificados previamente por el Viceministerio de Transporte, de acuerdo a lo establecido por el reglamento respectivo.

Art. 14-A.- Los vehículos automotores podrán estar provistos en sus vidrios de un polarizado instalado, que permita un mínimo del 35% de paso de luz solar.

El parabrisas delantero de los vehículos, podrá además tener una franja de polarización o entintado que no deberá exceder de 15 centímetros de ancho,

contados a partir de la parte superior del mismo con una intensidad que podrá ser mayor a la que se hace referencia en el inciso anterior.

El incumplimiento a lo estipulado en el presente artículo, será sujeto de una multa de quinientos colones o su equivalente en dólares.

Los vehículos con placas extranjeras que ingresen al país por motivos turísticos o en tránsito, podrán hacerlo por un plazo máximo de quince días aun cuando el polarizado fuera diferente al señalado en el inciso primero del presente artículo.

Quedan excluidos del cumplimiento a lo estipulado en el presente artículo, los vehículos que poseen vidrios blindados o entintados de fábrica.  
(8)(10)(11)(12)(13)

### **CAPITULO: DE SU REGISTRO O CONTROL**

Art. 17.- Se establece el registro público de vehículos automotores que puede ser consultado por cualquier persona. Su organización y funcionamiento del Registro estará a cargo del Viceministerio de Transporte a través de la Dirección General de Tránsito, contará con un jefe y demás personal administrativo que determine el reglamento y en él se inscribirán los siguientes:

- a) Los testimonios de las escrituras públicas o los documentos debidamente legalizados ante Notario, en los que conste, la propiedad, transferencia o tenencia legítima de un vehículo automotor, las resoluciones y modificaciones de dichos documentos.
- b) En el caso de vehículos automotores importados usados y aún no inscritos, los documentos que acrediten la propiedad en el país de origen; y los de desalmacenaje, expedidos por las autoridades aduaneras nacionales;
- c) Los testimonios de Escrituras Públicas en los que conste cualquier gravamen, o modificación de las características básicas del vehículo.
- d) Las Actas de Remate o adjudicación de Pago.
- e) Los demás que la Ley o su Reglamento establezcan.

Los títulos sujetos a inscripción deberán presentarse para su correspondiente registro, dentro de los siguientes quince días hábiles que sigan a su otorgamiento en su caso, y surtirá efecto contra terceros a partir de la fecha de presentación del título al Registro para su inscripción, incluso para los fines de responsabilidad señalados en la Ley de Procedimientos Especiales sobre Accidentes de Tránsito.

El titular de los derechos podrá hacerlos valer contra cualquier persona y en caso de disputa sobre el dominio, se remitirá a los tribunales competentes para su resolución. (3)

Art. 18.- Si un vehículo es transferido, para venderlo por piezas, deberá hacerse constar así en la escritura pública correspondiente para cancelar su inscripción.

Asimismo se cancelará su inscripción en caso de siniestro, y demás casos que señale el Reglamento.

Art. 19.- La autoridad judicial competente podrá ordenar la anotación preventiva en el Registro Público de Vehículos Automotores por las causas siguientes:

- a) Por la demanda sobre la disputa de la propiedad de un vehículo;
- b) Por el Decreto de embargo; y,
- c) Por la participación con responsabilidad del conductor de un vehículo que haya intervenido en accidente de tránsito; en el que el propietario sea responsable solidario.

Art. 20.- Todos los vehículos automotores inscritos en el Registro Público, deberán portar sus placas de identificación y su respectiva tarjeta de circulación, las cuales serán autorizadas, extendidas y controladas por la Dirección General de Tránsito. En caso de los Vehículos registrados con aditamentos especiales como para ser conducidos por discapacitados, deberán además, contar con un distintivo visible para el exterior del vehículo.

Art. 21.- Las placas de identificación de los vehículos automotores, serán colocadas en el sitio establecido especialmente para ello, según como lo establezca el reglamento respectivo.

Las medidas, color y clase de placas, así como su fecha de vencimiento periódicas, serán establecidas por el Viceministerio de Transporte, mediante Acuerdo Ejecutivo.