AAP7576

sidi

TESIS
E2002
Q38

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA

Universidad Católica Andrés Bello
BIBLIOTECA
Caracas

"EFECTOS DEL CONVENIO DE COMPLEMENTACION INDUSTRIAL DEL SECTOR AUTOMOTOR EN EL MARCO DE LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES"

Memoria de Grado presentada a la Escuela de Economía en cumplimiento parcial de los requisitos para optar por el título de ECONOMISTA

TUTOR:

Ing. Roberto Madero R.
Director General de CAVENEZ.
(B.A. en Internacional Trade)

AUTOR:

Evelyn Castillo Rua.

Caracas, Octubre 2002

Universidad Simón Bolívar
BIBLIOTECA
Caracas

"Al Ing. Roberto Madero quien me guió en el desarrollo de este trabajo, dándome apoyo con su alto conocimiento sobre la industria automotriz venezolana dado su larga experiencia en esta área"

"Al Ing. Luis Velasco quien además de haber sido el intermediario para que pudiera contar con la ayuda de la Cámara Automotriz Venezolana me brindó su colaboración en todo momento para la elaboración de este trabajo"

"A mi padre,
por haberme apoyado durante toda mi vida, y a enseñarme que siempre existen nuevas metas que superar a las que hay que enfrentarlas con personalidad y firmeza"

"A mi madre,
por su abnegación diaria en mi vida,
insistiéndome los principios morales que nos forman y pulen en estos tiempos que vivimos"

INDICE

Página

INTRODUCCION

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.

I.1.- Acuerdos de Comercio Preferencial 01

I.2.- Teoría de las Uniones Aduaneras 04

I.3.- Análisis de los Sectores Industriales 08

CAPITULO II: PROCESO INTEGRACIONISTA DE LA COMUNIDAD ANDINA

II.1.- La Comunidad Andina de Naciones: su creación, objetivo y mecanismos de acción. 31

II.2.- Programa de Liberación Regional Industrial: El Convenio Andino de Complementación Industrial del Sector Automotor. 37

II.3.-Flujos Comerciales de la Comunidad Andina. 40

II.3.1.-Comercio Intrasubregional. 41

II.3.2.-Comercio de la Comunidad con el resto del mundo. 45

CAPITULO III: EL SUBSECTOR DE ENSAMBLADORAS EN VENEZUELA, COLOMBIA Y ECUADOR.

III.1.-Importancia de la Actividad de Ensamblaje de automóviles dentro del Sector Automotor 52

III.2.-Evolución del Sector en los países integrantes del "Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor" 56

III.3.-Análisis del Subsector de Ensambladoras 70

III.3.1.-Estructura 70

III.3.1.1.-Número de compradores, vended ores y la concentración de mercado. 70

III.3.1.1.1.-Delimitación del Mercado Relevante

III.3.1.1.2.-Participación de Mercado

III.3.1.1.3.-Indice de Hirschman-Herfindhal (HHI)

III.3.1.1.4.-Coeficiente de Entropía

III.3.1.1.5.-Tasa de Penetración de Importaciones

III.3.1.2.-Barreras a la Entrada 102

III.3.1.3.-Estructura de Costos. 103

III.3.1.4.-Integración Vertical. 105

III.3.1.5.-Diferenciación de Productos 106

III.3.2.-Conducta. 108

III.3.2.1.-Políticas de Precios 108

III.3.2.2.-Producción 110

III.3.2.3.-Publicidad 113

III.3.2.4.-Investigación e Innovación 114

III.3.3.-Desempeño 117

III.3.3.1.-Eficiencia en la producción y eficiencia asignativa de los recursos 118

III.3.3.2.-Beneficios 119

III.3.3.3.-Calidad y Competitividad de los productos. 120

CAPITULO IV: INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE LOS PAISES FIRMANTES DEL CONVENIO. 122

INTRODUCCION

La Comunidad Andina ha venido dando, desde hace varios años, un impulso significativo al proceso de integración del sector automotor al definir y aprobar una política común y por lo tanto, sentar las bases para desarrollar una industria automotriz competitiva y eficiente, capaz de penetrar otros mercados fuera de la región.

Es así como en Noviembre de 1993 Venezuela, Colombia y Ecuador suscribieron el Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor con el propósito de que facilite la circulación entre los productores subregionales, para aprovechar los mercados ampliados de la región y propiciar condiciones equitativas de competencia, que aumenten la eficiencia en el mercado subregional.

Los países participantes en el Convenio, decidieron poner en marcha una estrategia integral orientada a proyectar una industria automotriz acorde con las exigencias internacionales.

Con la finalidad de evaluar la incidencia del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor en torno a la estructura y la conducta de las

empresas ensambladoras se desarrolla este trabajo para constatar si ha favorecido o nó al desarrollo o desempeño del subsector industrial.

El siguiente trabajo está conformado por cuatro capítulos. El Primero contempla una recopilación teórica sobre las modalidades de integración que existen, la Teoría de las Uniones Aduaneras y sobre el instrumento de Economía Industrial que se utilizó para evaluar el desenvolvimiento del subsector antes y después de la fecha en que se entró en vigencia el Convenio.

El Segundo Capítulo trata de dar una visión general de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) desde su creación hasta los flujos comerciales que ha tenido este bloque comercial con el mundo, debido a que los países firmantes del Convenio forman parte de este Grupo Andino.

En el Tercer Capítulo se hace referencia específicamente al Subsector de Ensambladoras, mostrando su importancia, evolución, estructura, conducta y desempeño en Venezuela, Colombia y Ecuador.

Y por último, en el Cuarto Capítulo se muestra las interrelaciones que se han dado entre Venezuela, Colombia y Ecuador, a raíz del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor.

Capítulo I

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

I.1.-ACUERDOS DE COMERCIO PREFERENCIAL.

Hay varios enfoques para la liberación del comercio internacional, entre ellos: el enfoque bilateral y el enfoque multilateral (dentro de estos se encuentran los de escala mundial como la OMC, los continentales como el ALCA y los regionales como la CAN y Mercosur). El objetivo del enfoque multilateral es reducir los aranceles y otras barreras no arancelarias al comercio internacional entre varios países en el ámbito mundial. Los acuerdos a escala regional involucran acuerdos entre un pequeño número de naciones cuyo propósito es liberar el comercio entre sí, mientras mantienen barreras al comercio con el resto del mundo. Los acuerdos de comercio preferencial, pueden revestir diferentes formas:

Comercio Preferencial o Sistema de Preferencia Aduanera: El Sistema de Preferencia Aduanera es una forma de integración basada en el hecho de que dos o más países conceden entre sí una serie de ventajas a través de la reducción de sus impuestos de importación de todos los bienes (excepto los servicios de capital), manteniendo los aranceles originales frente al resto del mundo.

Zona de Libre Comercio: Son formaciones que se crean con carácter transitorio que tienden a convertirse en Uniones Aduaneras o desaparecer.

En sí una Zona de Libre Comercio es un área formada por dos o más países que de forma inmediata o paulatinamente suprimen todos los impuestos de importación (y todas las restricciones cuantitativas) sobre su comercio mutuo en todos los bienes (excepto los servicio de capital) pero manteniendo cada uno frente al resto del mundo su arancel original.

Cuando un grupo de países forma una Zona de Libre Comercio al eliminar todos los impuestos de las importaciones sobre su comercio mutuo, pero sin establecer un arancel externo común (sobre las importaciones del resto del mundo), surge un problema de control: las importaciones del resto del mundo pueden entrar a un país miembro con impuestos altos a través de un país miembro con impuestos bajos; así se evita el mayor impuesto de importaciones (fenómeno conocido como "desviación del comercio").

Para corregir el problema de "la desviación del comercio", los países miembros deberán examinar los certificados de origen de los bienes que cruzan las fronteras nacionales distinguiendo entre los bienes que provienen de la zona de libre comercio y los bienes que se originan en el resto del mundo, aunque en realidad no sea un proceso simple.

Uniones Aduaneras: Dos o más países forman una Unión Aduanera cuando suprimen inmediata o gradualmente las barreras arancelarias y comerciales a la circulación de mercancías entre los países que constituyen la unión, y además, adoptan un arancel externo común sobre todas las importaciones de los bienes (excepto los servicios de capital) frente a terceros países.

La adopción de un arancel externo común por una Unión Aduanera elimina el fenómeno de la desviación del comercio junto con el problema de control del comercio interno a la unión de bienes que se originan en el resto del mundo.

Mercado Común: "Dos o más países forman un Mercado Común cuando forman una Unión Aduanera y además permiten el libre movimiento de todos los factores de producción entre ellos. Así, los países integrantes del mercado común suprimen todas las restricciones al comercio de su comercio mutuo y también establecen un arancel externo común, como una Unión Aduanera."[1]

Unión Económica: "Dos o más países forman una Unión Económica cuando forman un mercado común, y además proceden a unificar sus políticas fiscales, monetarias y socioeconómicas".[2]

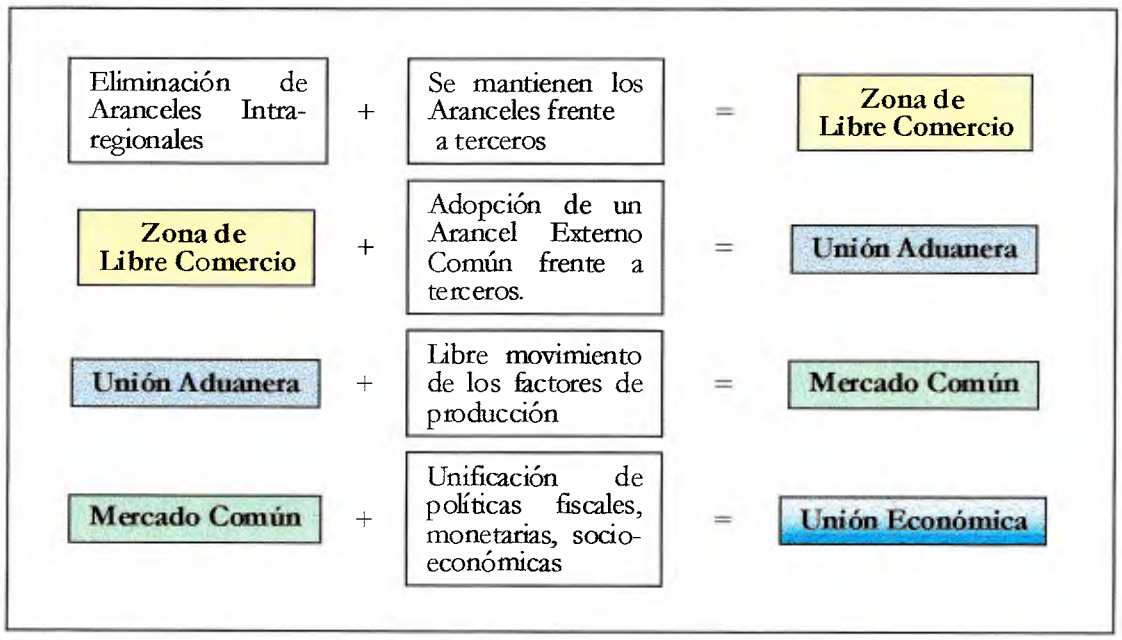


FIGURA N°1: Niveles de Integración Económica.

[1] Chacholiades, Miltiades (1990) Economía Internacional. Pág:293
[2] Op Cit.

I.2.-TEORIA DE LAS UNIONES ADUANERAS.

Antes de definir la Teoría de las Uniones Aduaneras es importante señalar que en un sistema arancelario puede discriminarse por bienes o por zonas geográficas (o países). La discriminación de bienes ocurre cuando se imponen diferentes tasas arancelarias sobre los bienes o productos importados. La discriminación por países ocurre cuando se establecen diferentes tasas arancelarias sobre el mismo bien importado dependiendo del país de origen.

La *Teoría de la Uniones Aduaneras*, viene a ser una rama de la Teoría Arancelaria, y nos sirve para establecer un conjunto de criterios apriorísticos sobre los efectos que tiene la integración económica tanto a nivel de las economías involucradas, sectores y ramas específicas de actividad industrial, sobre el bienestar que puede surgir a través de la especialización de la producción por medio de la ventaja comparativa, las economías de escala y los cambios de las relaciones de intercambio.

El pionero en la Teoria de las Uniones Aduaneras fue Jacob Viner (1950), quien argumentó que una Unión Aduaneras o cualquier otra forma de comercio preferencial combina elementos de un comercio mas libre entre los países miembros de la unión con elementos de una mayor protección contra el resto del mundo. En esencia, Viner sostiene que la Unión Aduanera aumenta el comercio y la especialización entre los países miembros, y en conjunto es benéfica para sus economías y sus relaciones recíprocas. Este efecto suele conocerse como el *efecto creación de comercio* y se da cuando gracias a la eliminación de los aranceles dentro de la comunidad comercial resulta más favorable importar el bien de un país socio que es más eficiente en su producción y cuyo costo es mas bajo. Sin embargo, la integración puede también tener un efecto desfavorable sobre el comercio (y la

especialización) de la unión con el resto del mundo, esto ocurre cuando desvía parte del comercio que existía entre los países miembros con el resto del mundo, ha ser realizado ahora sólo entre países socios debido a la nueva discriminación geográfica de aranceles que existe. Este segundo efecto suele denominarse *efecto desviación del comercio.*[3] Así, cualquier proceso de integración podrá juzgarse comparando las magnitudes de ambos efectos, dependiendo de cual prevalezca: el de creación de comercio o el de desviación de comercio. De forma análoga Bela Balassa (1974) considera que "la sustitución de fuentes nacionales de abastecimientos de altos costos, por producción de algunos de los otros países miembros con menores costos, permitiría una utilización más eficiente de los recursos productivos y una mejora en los patrones de bienestar. En cambio, si lo que se sustituye son importaciones de menores costos provenientes de terceros países, por producciones originadas en la región y de mayores costos, habría un incremento en los gastos, con la consiguiente reducción en los niveles de eficiencia y en los patrones de bienestar"[4]

Una ampliación de esta teoría es desarrollada unos años mas tarde por J.E. Meade(1955)[5], quien afirma que la manera de juzgar a la Unión Aduanera depende de las circunstancias particulares de cada caso, destacando algunos criterios:

- En principio, se espera que en la mayoría de los casos, la reducción de las barreras comerciales provoque una expansión del comercio internacional y que dicha unión derivará una ganancia importante para los países que conforman el Acuerdo de libre Comercio ó Unión Aduanera (UA).

---

[3] El efecto de Creación del Comercio y Desviacion del Comercio son conocidos como Efectos Estáticos originados por la Unión Aduanera.
[4] Guillén (1998): Trabajo: Asociación Latinoamericana de Integración.
[5] Según Meade,J.E (1955) *"The Theory of Custom Unions"* en Hernandez L, Enrique y María del Carmen del Valle (2000): Serie REDInt. BID Departamento de Integración y Programas Regionales.

- La formación de una UA tendrá mayores probabilidades de incrementar el bienestar económico neto, si las economías de los países asociados son en realidad muy competitivas o similares, pero en potencia muy complementarias y distintas. En este caso existe la posibilidad de una gran expansión en su comercio mutuo sin gran desviación de sus importaciones o exportaciones de otros mercados.
- Por otra parte, la formación de una Unión Aduanera tendrá mayores probabilidades de aumentar el bienestar económico mientras mas altas sean las tasas iniciales de arancel sobre las importaciones de los países asociados, también si cada país es el abastecedor principal del otro en los productos que exporta y si cada uno de ellos es el mercado principal del otro en los productos que importa.
- Mayor será el bienestar económico mundial mientras mayor sea la proporción de la producción, el consumo y el comercio mundial representado por los miembros de la UA; mientras menor sea la tasa arancelaria con el resto del mundo, y mayor el número de áreas aduaneras independientes en las que se divida el resto del mundo; y mientras mayor sea el margen para las economías de escala en aquellas industrias de la unión que puedan expandirse a consecuencia del mayor comercio.

Según Meade (1955) el mejor principio para la reducción de las barreras comerciales es un acuerdo global, que abarque a todos los países de la unión y a todos los productos, para reducir todos los aranceles e forma no discriminatoria por debajo de cierto nivel dado.

Además, Meade al igual que Lipsey (1957,1960,1970) y Gehrels (1956)[6] extienden los efectos estáticos sobre la producción considerados por Viner, añadiendo a ellos los efectos sobre el consumo: la eliminación de aranceles sobre las importaciones provenientes de otros países de la unión, permite la sustitución de ciertos bienes destinados a satisfacer la misma necesidad, siendo el precio pagado por los consumidores del país importador más bajo e incrementándose efectivamente el consumo. El enfoque de Lipsey plantea también que "El libre comercio eleva al máximo el bienestar mundial, una Unión Aduanera disminuye los aranceles y constituye por tanto un movimiento hacia el libre comercio; en consecuencia, una Unión Aduanera aumentará el bienestar mundial aún cuando no conduzca a un máximo de tal bienestar"[7].

Otros autores han enriquecido la teoría, como H.G.Johnson (1958) quien señala que en la evaluación de las UA deberá tenerse presente, también, los efectos sobre las economías de los países miembros producto de las mayores corrientes comerciales que se pudieran lograr en tres formas: mediante economías de escala en la producción; mediante economías de especialización y división de trabajo, resultantes de la mayor libertad de comercio; y mediante el mejoramiento de los términos de intercambio de los países de la UA con el resto del mundo[8].

W.M. Corden (1972), apunta la necesidad de analizar la distribución de las ganancias (y de las pérdidas) entre el gobierno, los productores y los consumidores de cada país, ya que como consecuencia de un tratado de libre comercio se afecta

---

[6] Según: Leon S y Olarte C.(1994) *"La Industria Automotriz Venezolana y la Integración con Colombia"* y Chacholiades, Miltiades (1990)Economía Internacional. Pág:301.
[7] Op Cit.
[8] Según Johnson,H.G.(1956) *"The Gains from freer Trade with Europe: an Estimate"* en HERNANDEZ L, Enrique y María del Carmen del Valle(2000): Serie REDInt. BID Departamento de Integración y Programas Regionales

generalmente la distribución de las ganancias y de las pérdidas dentro de cada país y entre los países asociados.

La existencia de oligopolios en los países antes de la creación de la UA puede llevar, una vez establecida ésta, a reducir las ganancias de la expansión del comercio, ya que los productores oligopolistas pueden mantenerse en el mercado solo diferenciando sus productos, lo que no necesariamente implica reducir costos por las mayores economías de escala.

Además, señala Corden, la magnitud (y la distribución) de las ganancias entre los países, derivadas del establecimiento del acuerdo de libre comercio, dependerán de las *tasas de inversión bruta* que tenderán a incrementarse ante el *aumento de la competencia*, producto de la existencia de empresas más eficientes provenientes de otros países miembros de la unión: mayores beneficios recibirá el (los) país(es) con mayores tasas de inversión bruta, por las mas grandes posibilidades de incorporar *progreso tecnológico* en sus procesos productivos, lo que les permitiría *incrementar su escala* (también por la presencia de un mercado más amplio), *reducir sus costos* y aumentar su participación en las exportaciones.[9]

I.3.- ANÁLISIS DE LOS SECTORES INDUSTRIALES.

La Economía Industrial es una disciplina que se encarga del estudio del comportamiento de las firmas industriales o productoras de bienes transables, desarrollándose varios enfoques al respecto, uno de estos es el Paradigma

[9] Estos efectos de la Integración Comercial que trascienden de la Teoría Tradicional de las Uniones Aduaneras son conocidos como Efectos Dinámicos.

Estructura–Conducta–Desempeño (E-C-D), el cual señala que existe una relación lineal entre ellos, es decir, el desempeño (beneficio, eficiencia en la producción, calidad de sus productos) está en función de la conducta de las firmas (comportamiento estratégico, investigación y desarrollo, publicidad) y ésta a su vez de la estructura (diferenciación de productos, concentración, barreras de entrada). Posteriormente, se desarrollaron avances en torno a este paradigma E-C-D, formándose una nueva visión para el análisis de los sectores industriales: la Nueva Economía Industrial, la cual además de dedicar su estudio a la Estructura del sector, amplia su enfoque hacia el análisis de la Conducta y el Desempeño de las firmas, tomando en cuenta que entre ellas no existe tan sólo una relación lineal (como es planteado por los seguidores del Paradigma Estructura-Conducta-Desempeño), sinó que la Conducta puede influir a su vez en la estructura del sector, buscando mejorar el nivel de sus resultados.

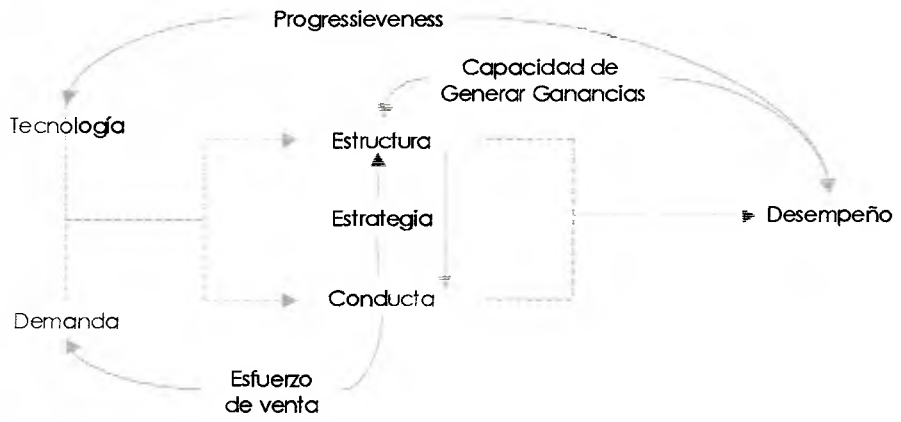


FIGURA N°2: **Marco Interactivo Estructura**- Conducta- Desempeño. **La Nueva Economía Industrial.**
FUENTE: Leon, Luis V. *Introducción a la Economía Industrial* (Láminas)UCAB, 2000.

Para evaluar las características del Subsector de Ensambladoras existente en los países firmantes del Convenio de Complementación Industrial Automotor discribiremos la Estructura-Conducta-Desempeño del subsector destacando en cada momento la influencia e interrelación que puede darse entre las mismas, con la finalidad de determinar si la estructura y comportamiento de estos incidieron de alguna manera sobre el intercambio comercial entre ellos, además de conocer si a partir de la firma del Convenio de carácter integracionista motivó a un incremento de igual proporción en el flujo comercial (exportaciones e importaciones), en lo que a vehículos ensamblados se refiere.

I.3.1.-ESTRUCTURA.

La estructura del mercado es un grupo de variables que describen las características mas importante del sector o subsector que son relativamente permanentes en el ambiente el que se desenvuelve[10], influenciada muchas veces por la conducta y el desempeño que se desarrolla dentro de la misma. Su análisis nos provee los elementos para evaluar las oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa, y las limitaciones que impone a la acción de los competidores, principalmente ante la firma de un Convenio de carácter Integracionista como es el caso del presente trabajo.

Entre los elementos que conforman la Estructura se encuentran:

[10] También, la estructura de mercado tiende a poseer vínculos con los resultados económicos de su país.

a.- La Concentración: el número de compradores y vendedores.

b.- Barreras a la Entrada.

c.- Estructura de Costo.

d.- Integración Vertical.

e.- Diferenciación de productos

f.- Información Imperfecta.

En el estudio de un subsector industrial, la facilidad de la entrada en el mercado y el número de firmas que la conforman, constituyen dos elementos cruciales a la hora de determinar la estructura de mercado del subsector industrial.

I.3.1.1-Número de Compradores y Vendedores.

Un elemento importante en la descripción de la estructura de mercado de un subsector industrial es el número de compradores y vendedores que conforman la misma. Las diferencias en el número y el tamaño de las firmas constituyen un factor clave para la distinción entre las estructuras tradicionales de mercado como lo es la competencia perfecta, monopolio, monopsonio, oligopolio, o la competencia oligopolística.

El número de compradores, vendedores y su respectiva participación de mercado determinan, el poder de mercado que detenta una firma; mientras menos competidores existan se incrementa la capacidad que tienen las firmas de influir en los precios de mercado. En aquellos donde las firmas difieren ampliamente de su tamaño y participación de mercado, el poder de mercado estará en manos de las firmas más grandes.

El poder de dominio de mercado puede definirse a través del ***Grado de Concentración Industrial,*** el cual depende del número de empresas y de sus respectivas participaciones en un mercado relevante muy concreto. La Concentración Industrial parte de la Concentración de Poder, de dominio del mercado por parte de los actores del sector. Se considera que un mercado es concentrado, cuando un porcentaje significativo de las ventas, producción o exportaciones que se efectúan es controlada por pocas empresas. Mientras más dispares sean los actores entre sí, mayor será la concentración de mercado.

Cuando hay un menor número de firmas, cada una abarca un mayor porcentaje de mercado, por tanto tiene mayor discrecionalidad en cuanto al precio y la cantidad de producción. Pero, cuando hay una menor cantidad de clientes, estos tienen mas poder negociador para fijar los precios, ya que el productor debe vender a esos pocos clientes.

El indicador más importante de poder y de control de mercado, es el Market Share que tiene cada empresa, que nos sirve no solo para medir su participación sino también su conducta en el mercado. Una empresa es mas grande o mas pequeña dependiendo de su Market Share sobre la producción y/o las ventas.

Un indicador de Concentración Industrial lo constituye **el índice HHI** (Herfindahl-Hirschman Index), el cual consiste en la sumatoria de las participaciones de mercado al cuadrado de todas las empresas del subsector, ponderando la participación de cada empresa por su misma participación. Este índice toma el valor 1 cuando hay sólo una firma, es decir, hay un monopolio, su valor disminuye a

medida que el número de firmas aumenta y el índice aumenta a medida que la desigualdad en las firmas aumenta también.

Su fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$H = \sum_{i=1}^{n} Pi^2$$

,donde Pi representa la participación de la empresa.

Los límites de este índice vienen determinados por el número de empresas que participen en el sector que estamos analizando.

Valor Máximo HHI = 1

$$\text{Valor Mínimo HHI} = \sum_{i=1}^{n} (1/n)^2 = 1/n$$

El recíproco de HHI según León, Luis V. " es interpretado como el número equivalente de empresas de talla igual, que aseguraría un grado de concentración correspondiente al que se obtiene empíricamente".

Un indicador equivalente, para darnos una percepción de la concentración de mercado que existe en un sector en particular, lo constituye el **Coeficiente de Entropía,** éste mide el grado de desorden que existe en el mercado, es decir, la incertidumbre para un actor de mantener como cliente a un comprador elegido al azar. Mientras mayor sea el coeficiente de entropía, menor es la posibilidad de que un actor individual controle el mercado, y por tanto es menor la concentración del mercado.

La fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$E = \sum_{i=1}^{n} Pi.\ Log\ 1/Pi$$

,donde Pi representa la participación de mercado de una empresa.

Pero, al hablar de "Producción" la utilización del Indice HHI como medida de Concentración Industrial, podría dejar de lado las importaciones que se realizan en el mercado. A través del HHI podríamos medir tan sólo la participación de una empresa en la producción del mercado local, el tamaño de las empresas productoras del país, quien es el actor clave en la competencia en el sector a nivel de las productoras nacionales.

Es por ello, que al estudiar la Competencia de un Sector abierto a la competencia internacional es necesario considerar su dinámica. Para este fin, es recomendable utilizar la **Tasa de Penetración de Importaciones (TPI)** que mide la proporción del mercado doméstico de productos industriales que se abastece con importaciones. Un aumento en la tasa de penetración muestra que las compras externas crecen a un mayor ritmo que la producción nacional, lo que podría significar una pérdida de mercado interno.

$$TPI = \frac{\text{Importaciones}}{\text{Consumo Aparente}}$$

Donde:

Consumo Aparente: Producción + Importaciones – Exportaciones

Importaciones: Importaciones CIF de Industriales

Al evaluar un mercado con la finalidad de determinar su grado de concentración, debe delimitarse el ***Mercado Relevante*** en el que efectivamente compiten las firmas, definiendo su Mercado de Productos y el Mercado Geográfico. El Mercado Relevante, se refiere al grupo de productos mas reducido y al área geográfica más pequeña en la cual los oferentes, si actúan como un monopolista hipotético pueda elevar el precio sobre su costo marginal, modificar la calidad, variedad, publicidad, servicio e innovación, y otras condiciones de competencia[11] sin generar concurrencia proveniente de otras áreas o la sustitución por otros productos.

El Mercado de Productos debe estar definido tanto por el lado de la demanda, como por el lado de la oferta. Por el lado de la demanda se evalúa la disposición del consumidor a desplazar su consumo de un determinado producto a otro sustituto (el "Mejor Sustituto Cercano" o un "Segundo Mejor Sustituto" disponible en cantidades suficientes y a precios constantes para los consumidores), tomando en cuenta cuales son sus motivos, si se debe a las variaciones de precio, así como el uso final que le dan al producto en cuestión, pués esto permite la posibilidad de inclusión de productos sustitutos en el mercado relevante. La sustituibilidad por el lado de la oferta, se refiere a que ante un incremento en el precio del producto entren nuevos participantes al mercado a través de la reorientación de sus instalaciones productivas.

'El Mercado Geográfico relevante busca determinar el ambiente espacial dentro del cual realmente compiten los productos (automóviles en nuestro caso), esta será una región tal que el hipotético monopolista en ella pudiera imponer al

[11] Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia (Procompetencia). Lineamientos para la evaluación de las operaciones de concentración económica. Caracas, 1999.

menos un incremento de precio pequeño pero significativo y no transitorio; y que al producirse este aumento en los precios de los productos, los consumidores no trasladen su consumo hacia la adquisición de productos provenientes de otras áreas geográficas (sustituibilidad por el lado de la demanda), o que (por el lado de la oferta) entren nuevos participantes a vender sus productos en el área geográfica en cuestión aunque sus instalaciones estén en otra área.

I.3.1.2.-Barreras a la Entrada.

El estudio de los factores determinantes de la estructura de mercado se encuentra frecuentemente asociados al concepto de barrera de entrada, esto se debe principalmente al hecho de que la determinación de las barreras a la entrada institucionales, comerciales y/o tecnológicas ayuda a establecer cuál es el comportamiento de las firmas ante la posibilidad de entrada de nuevos competidores, además muestra el nivel de competencia existente en un mercado.

La entrada de nuevas empresas en un subsector industrial específico aporta capacidad adicional y el objetivo de obtener una participación en el mercado, puede originar una presión a disminuir los precios.

La amenaza de ingreso en un subsector industrial depende de las barreras para el ingreso que estén presentes, junto a la reacción por parte de los competidores existentes. La amenaza de ingreso es baja si las barreras a la entrada son altas y/o el recién llegado puede esperar una viva represalia por una parte de los competidores establecidos.

Las barreras de entrada permiten a las grandes empresas disfrutar de beneficios hasta por un período prolongado de tiempo, elevando el costo de entrada

a un mercado. Bain, pionero en ésta área, considera que algunos de los factores que actúan como barrera de entrada son:

- La diferenciación de productos
- Requisitos de Capital: La barrera de entrada que se pueda establecer en esta vía, se incrementará a medida que la inversión requerida sea más alta. Esta puede ser necesaria para desempeñar las áreas funcionales en la que se desarrolle la empresa, como: publicidad, investigación y desarrollo, y otras.
- Estructura de Costo (ventajas en los costos)
- Economías de escala: se refiere a la capacidad que tiene una empresa ya establecida en el mercado a aumentar su producción con una consecuente disminución en su costo medio, esto se debe a que los costos fijos representan una fracción muy significativa de los costos totales. De esta manera es preciso producir a gran escala, para aumentar la utilización de los factores productivos y uso del capital físico que son indivisibles y no posibles de adquirir en cantidades menores; también contribuye a la producción en grandes cantidades, la especialización de su fuerza laboral, dado que con el pasar de los años los trabajadores se concentran y se vuelven mas eficientes en una parte del trabajo.

Las empresas que traten de entrar a competir en el mercado y lo hagan en baja escala, sufrirán desventajas en sus costos y dificultades en el desenvolvimiento de la mayoría de sus áreas de negocio, será posible su ingreso y permanencia sólo a través de la inversión inicial en el alto coste de entrada.

También podemos considerar la existencia de una:

- Política gubernamental: se refiere a las reglamentaciones, acuerdos y/o convenios que realizan los representantes de cada nación de forma individual o conjunta para evitar el acceso a nuevos competidores que actúen dentro del mercado de una manera "desleal" en el comercio, perjudicando el desarrollo de la industria nacional o subregional (como es nuestro caso).

Las diferenciación de productos y estructura de costos serán explicadas de forma separada a continuación.

I.3.1.3-Estructura de Costo.

Uno de los elementos mas importante en el estudio de la estructura de un subsector industrial es la estructura de costos de la misma. Esta va a depender en gran medida del tipo de subsector que estemos hablando. Uno de los casos más resaltantes de influencia de la estructura de costos en el grado de competencia se refleja en la formación de monopolios naturales; si la producción tiene importantes economías de escala, de tal manera que el costo medio a largo plazo siempre disminuye cuando aumenta la misma, es más eficiente que haya un único productor que muchas empresas en el subsector industrial. En estos monopolios naturales la competencia no suele ser deseable porque la existencia de más de un vendedor elevaría los costos.

También es cierto que las características de la demanda interna tienen un efecto más que proporcional en la conducta de los productores, debido principalmente a su influencia sobre la estructura de costos. Otro factor determinante en la estructura de costos es el tipo de bien que se produce, pues evidentemente un industria intensiva en capital difiere en su estructura a una que sea intensiva en mano de obra o tierra, ya que la facilidad con que se adaptan a una variación en el precio del factor va a depender que tan movibles sean estos factores dentro de la misma industria; por supuesto, en cualquier tipo empresa no sólo el precio del factor es importante, también lo es la flexibilidad de su precio.

I.3.1.4.-Integración Vertical.

Cuando una firma opera en etapas consecutivas de producción o de distribución, de manera tal que le genere ahorros, se dice que está integrada verticalmente. En teoría, todas las funciones que esperamos que realice una empresa, podrían ser desempeñadas por un consorcio de entidades económicas independientes. Sin embargo, en la mayor parte de los casos, las empresas encuentran ventajoso desempeñar una porción importante de los procesos productivos, distributivos y de comercialización, en lugar de realizar contratos con una serie de entidades independientes. Esto porque resulta menos costoso, menos riesgoso o más fácil de coordinar cuando estas funciones son ejecutados por ella misma.

La integración vertical constituye una barrera de entrada, porque una empresa que quiera entrar al mercado deberá hacerlo de manera integrada, para tener un nivel de costos con el que pueda competir, además de no sufrir problemas para conseguir insumos, si la mayoría de las firmas ya establecidas estan integradas.

I.3.1.5.- Diferenciación de Productos.

Existen empresas que compiten en el mismo mercado, pues sus productos tienen características semejantes o el mismo uso, pero no son totalmente homogéneos; a estos se les conoce como productos diferenciados. La estrategia de diferenciación de productos que ofrece una empresa, consiste en crear algo que sea percibido como único en el mercado acorde con las preferencias del consumidor que cuente con la fidelidad de los clientes. Los métodos para diferenciar pueden ser a través de la marca, tecnología, características particulares, cadena de distribución, la publicidad, etc.

Según Castro y Tugores (1997)" La diferenciación de productos, por si misma, es una barrera de entrada. Cuanto más productos sustitutivos existan en un mercado, más difícil será entrar, al ser menor, *ceteris paribus*, la demanda potencial para el nuevo producto".(Pág. 354). Cada empresa establecida posee una cuota de mercado, la cuota de mercado que podrá adquirir un nuevo competidor será reducida.

Se puede distinguir dos tipos de diferenciación de productos en función de las características que éstos incorporan: la diferenciación horizontal y la vertical. La primera, se refiere a que dos bienes son considerados diferentes por los consumidores, por la preferencia particular y subjetiva que tengan ellos respecto a su color, modelo, entre un vehículo y otro, no existiendo unanimidad entre los consumidores en cuanto a la disposición a pagar una mayor o menor cantidad de dinero. La segunda, se refiere a características que son apreciadas y valoradas por todos los consumidores, como son la preferencia en la calidad, categoría, seguridad; los individuos estarán dispuestos a pagar por ellos aunque tengan precios diferentes.

Es común que para lograr la diferenciación se requiera un intercambio con la posición de costo a la que se enfrenta una empresa, puesto que las actividades requeridas para crear esta diferenciación, por lo general son costosas. Una nueva empresa entrante en el mercado, corre con el riesgo de realizar inversiones que no sea recuperadas a posteriori, debido a fallas en su ingreso ante la competencia ya establecida en el mercado. La diferenciación proporciona un aislamiento frente a los competidores, porque los consumidores tienden a actuar leales a algunas marcas, pudiéndose esta incrementar el precio, no reduciéndose su cuota de mercado y aumentando sus utilidades.

I.3.1.6.- Información Imperfecta.

Con esta característica de la Estructura de los sectores o subsectores industriales, tan sólo se quiere resaltar que ante un mercado, las firmas se encuentran en una continua situación de incertidumbre, pues actúan sin conocer cual será la demanda en el futuro del artículo que producen, ocurre especialmente cuando se lanza u nuevo producto con el apoyo de campañas publicitarias sin conocer con exactitud cual será la reacción de los consumidores. De igual forma se encuentran los consumidores, cuando quieren adquirir un producto, no tienen certeza de la calidad ni del precio al que compran el producto.

I.3.2.-CONDUCTA:

Las conductas de mercado están conformadas por diversas políticas y estrategias que hacen a una empresa capaz de mantenerse competitiva dentro de una industria. Debido a que la conducta se ubica en el centro del paradigma Estructura-Conducta-Desempeño, su desarrollo va a depender de la estructura que tenga el subsector industrial y a la vez determinará los resultados que se obtenga en la misma, como ya sabemos también su estrategia de desarrollo puede influir en el cambio su Estructura.

Las empresas desarrollan sus actividades persiguiendo un mismo objetivo, adaptándose a las condiciones de su entorno industrial Ante la evolución de las condiciones del mercado, la empresa trata de adaptarse en el corto plazo lo mejor posible a ellas, respondiendo a los niveles de demanda a través de políticas

adaptativas, pero a largo plazo adquiere la capacidad de poder modificar sus condiciones de demanda y costes.[12]

I.3.2.1-Política de Precios:

La fijación de precios permite a las empresas productoras captar diferentes segmentos de mercado en función del consumidor. Además, esta estrategia sirve para introducir nuevos productos al mercado ofreciéndolos inicialmente a bajos precios y lograr su posicionamiento dentro del mismo, luego de haber conseguido la aceptación de los consumidores, el precio del producto podrá elevarse precio hasta alcanzar el nivel real que necesita cobrar la empresa para cubrir los costos y expectativas de ganancia en función de las características y condiciones del mercado.

La discriminación de precios puede darse cuando existe información imperfecta debido a que los consumidores no manejan información perfecta sobre los precios que existen en la industria y no tienen poder para modificar los precios.

No olvidemos que la política de precios desarrollada por las empresas, puede servir como medio para expulsar a posibles competidores que quieren entrar al mercado, fijando un precio bajo que perjudique al nuevo competidor no pudiendo este último sobrevivir y retirándose del mercado después de un tiempo.

---

[12] León, Luis Vicente. *Introducció a la economía Industrial* (Laminas de Clase Electiva:Economia Industrial).

I.3.2.2.-.-Producción:

El nivel de producción de una empresa se establece en función del tipo de bien que produce y la concentración existente en la industria a la cual pertenece. La política de producción se limita a operar a una escala en función de la tecnología fijada en la planta. El nivel de producción máximo técnicamente eficiente debe ser aquel que se alcance con las cantidades específicas de factores disponibles y además minimice el costo de oportunidad de los mismos.

Muchas veces la cantidad producida puede convertirse en una estrategia para mantener el poder de mercado. En mercados imperfectos para prevenir la entrada de nuevos competidores, los vendedores pueden fijar un nivel de producción superior al del monopolio. Si hay economías de escala esta medida puede impedir la entrada, al obligar a la nueva empresa a construir una planta pequeña con un elevado costo medio o construir una grande y cara, arriesgándose a reducir el precio por debajo de su costo.

I.3.2.3.-Publicidad:

Puede distinguirse dos tipos de publicidad: por un lado la publicidad con un objetivo informativo, sobre la existencia de un producto o lugar donde se puede adquirir, el precio y otras condiciones; por otro lado, la publicidad cuyo objetivo es la persuasión, es decir, el intento de convencer al consumidor de que determinado producto es mejor que otro. La publicidad da información que puede mejorar la competencia en el sector y permitir a los nuevos competidores, darse a conocer en el mercado.

La publicidad refuerza la diferenciación de los productos, pudiendo hacer que los altos gastos en publicidad dificulte la entrada de nuevos competidores. La publicidad contribuye a la identificación de una marca, cuando una empresa dispone ya de una imagen y aumenta el número de unidades vendidas, se minimizan el coste unitario de mercadotecnia. Un nuevo entrante deberá efectuar cuantiosas inversiones a fin de poder crear una imagen propia de sus productos.

Independientemente de la idea u opinión que se tenga sobre la publicidad, es de aceptación general incurrir en gastos de publicidad, porque producen un efecto positivo sobre la demanda. Por otro lado, es innegable que algunos gastos de publicidad y propaganda cumplan un papel importante, positivo y necesario.

I.3.2.4.-Investigación e Innovación.

Gran parte del crecimiento de las economías se debe al progreso tecnológico; continuamente se desarrollan nuevos productos y nuevos métodos de producción. Es de esperar, por tanto, que el progreso tecnológico constituya un elemento importante en la competencia entre empresas de un determinado mercado.

Según Fernández de Castro y Tugores (1997) puede distinguirse cuatro etapas desde que se introduce un producto hasta que la innovación se imita, analizando el comportamientos de la demanda total del producto en el tiempo.(Pág.377)

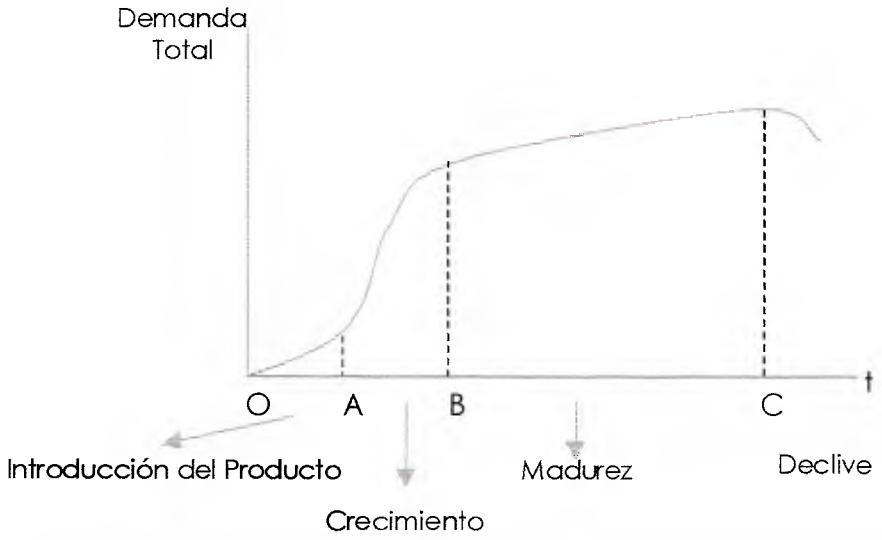


FIGURA N°3: **Etapa desde la introducción de un nuevo producto, hasta la imitación de la innovación.**
FUENTE: Fernández de Castro y Tugores (Pág: 377)

En la primera fase la demanda del producto es de crecimiento lento, debido que transcurre mientras el consumidor conoce el nuevo producto y cambia sus pautas de consumo. La innovación en primera instancia no es recompensada con significativos volúmenes de venta, posteriormente en la segunda etapa se incrementa la demanda del producto y la empresa obtiene cada vez mas beneficios, los competidores al ver la posibilidad de obtener beneficios, empiezan a imitar el producto introducido (Etapa de madurez) estableciéndose un gran número de competidores tratando de diferenciarse por su marca y/o publicidad, y consecuentemente que la aparición de un producto que sea preferido por los consumidores y apreciado como nuevo conduzca a un declive (Etapa III) en la demanda del producto de la empresa que introdujo inicialmente la innovación.

La innovación está directamente relacionada con la estructura de mercado, para otorgar derechos exclusivos al inventor de un nuevo producto, proceso o diseño se otorga una patente por un período de tiempo que le permite ganar mercado a través de la innovación. La investigación es costosa y es por ello que cuando se otorgan patentes, son las empresas monopolísticas las que tendrán mayor incentivo a innovar.

I.3.3.-DESEMPEÑO:

Los logros de los subsectores industriales se hallan constituidos por los resultados económicos que las empresas alcanzan como consecuencia de las diversas combinaciones de estructuras y de conductas e incluyen los márgenes de beneficio, grado de capacidad utilizada, calidad, crecimiento y competitividad de sus productos, etc.

I.3.3.1.-Eficiencia en la producción y eficiencia asignativa de los factores:

Como ya vimos en secciones anteriores, la estructura de costos de un subsector industrial, depende del tipo de producto que se ofrezca, el grado de competencia y de las condiciones de la demanda (a una mayor demanda existe mayor posibilidad de aprovechar economías de escala, y se incrementa la posibilidad de que aparezcan un gran número de competidores), por tanto el desempeño de éstas industrias está determinado por su estructura y vinculada a diferentes factores entre los cuales la estructura de costos es determinante.

La demanda de productos intermedios y factores de producción primarios por parte de la empresa se derivan de las demandas de los consumidores de bienes finales y los servicios que produce la empresa. Dado el precio de un producto, la subida del precio de un factor reduce la cantidad que demanda la empresa. Es importante conocer en que medida están siendo utilizados los factores productivos para la elaboración del producto o servicios que será ofrecido al consumidor, así habrá distinción entre la capacidad instalada de la planta y la capacidad utilizada en sus actividades.

Al hacer un análisis sobre el uso de los factores, consideraremos que muchos de estos son producidos por otras empresas, fruto de alianzas entre industrias para complementar sus actividades y así tener un mayor control sobre la misma.[13]

I.3.3.2-Beneficio:

Una medida importante del desempeño de un subsector o de una empresa lo constituye su tasa de beneficios. La diferenciación de los productos contribuye como medida para devengar beneficios mayores al promedio en un sector ampliando la brecha entre el precio y el costo marginal de producirlos. Los beneficios percibidos en el largo plazo dependerán de la presencia de barreras a la entrada, pues siempre que no existan barreras, los beneficios económicos en el largo plazo serán nulos [14].

---

13 Para complementar esta parte, ver la sección referente a la Integración Vertical.

14 Aun cuando la relación entre el precio y el costo marginal sea no nula, este es el caso de una empresa cuya estructura sea la competencia monopolística que tiene beneficios económicos iguales a cero y sin embargo el precio es mayor al costo marginal.

Las empresas ante la entrada de nuevos competidores, podrán sufrir disminuciones en el beneficio obtenido por su actividad, por la posibilidad que los consumidores cambien sus preferencias por tratar de probar nuevos productos o tratar de pagar menos. Es por ello que las empresas deben estar continuamente desarrollando nuevos productos (innovación), actividades de publicidad y promoción de sus productos, para mantener la lealtad de sus clientes.

Los beneficios económicos, tienen como uno de sus principales determinantes la concentración del mercado, además es influenciada por las variables de estructura y conducta que definimos en función de las características del sector industrial.

I.3.3.3.-Calidad y Competitividad de los Productos:

Dentro del desenvolvimiento de cualquier sector, la calidad de sus productos es un factor relevante si se quiere ser competitivo en el mercado nacional e internacional. La calidad podemos definirla como el conjunto de características y condiciones que debe tener un producto de manera que satisfaga las necesidades y expectativas del consumidor, la ausencia de estándares hace que los productos presenten poca uniformidad que podría perjudicar a la industria entera.

Los consumidores son cada vez más exigentes en cuanto a los parámetros de calidad que debe tener un producto, esto se debe principalmente al hecho de que tienen a su disposición una gama amplia de productos y por tanto tienen la oportunidad de hacer comparaciones.

La competitividad se presenta cuando una empresa desarrolla su capacidad de suministro de productos y servicios de manera más eficiente, para tratar de superar a

sus competidores. Sin embargo, no profundizaremos en lo que ha "competitividad" se refiere, dado que seria necesario un desarrollo detallado y profundo en torno al tema.

Capítulo II

CAPITULO II

PROCESO INTEGRACIONISTA DE LA COMUNIDAD ANDINA

Todo proceso de integración atraviesa por etapas diferentes, por el grado de profundidad de los compromisos que asumen los países miembros.

En una Zona de Libre Comercio el único compromiso es la apertura recíproca de los mercados nacionales que se consigue eliminando aranceles y restricciones al comercio; en una Unión Aduanera, a la apertura interna se añade la adopción de un arancel externo común, uniforme aplicable a las importaciones provenientes de los no socios; y en un Mercado Común, se agrega a la liberación del comercio de bienes y servicios, la de los factores productivos (capital y trabajo).

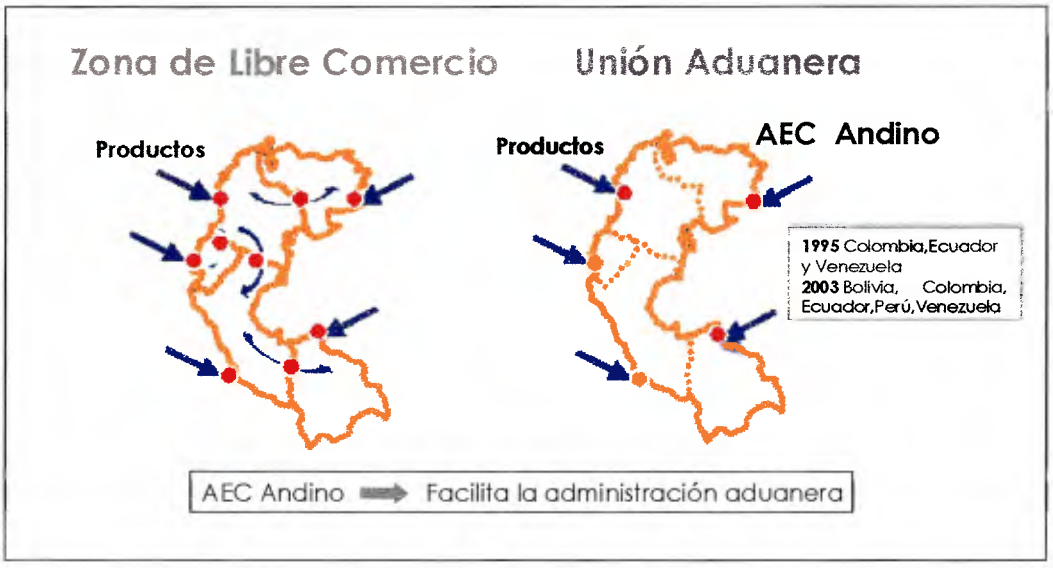


FIGURA N°4: **La Comunidad Andina de Naciones, de Zona de Libre Comercio a la formación de una Unión Aduanera.**
FUENTE: Serrano P., Magdalena (2002).*La Integración Aduanera en la Comunidad Andina.*

II.1.- LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES: SU CREACIÓN, OBJETIVO Y MECANISMOS DE ACCION.

El movimiento hacia la integración regional se inició en Latinoamérica en la década de los años 50, concretándose con la firma de once países participantes, la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) en 1960 con la finalidad de supuestamente eliminar los límites impuestos por los pequeños mercados; sin embargo, muchos pensaron que "no incluía medidas que garantizara un desarrollo balanceado entre los países, ni garantizaba la distribución equitativa de los beneficios de la integración mediante una planeación de la inversión a escala regional"(French-Davis,1977)[15], es por ello que en la *Declaración de Bogotá* (1966) se consideró la creación de sub-grupos con niveles similares de desarrollo, proceso que se aceleró con la *Declaración de Presidentes Americanos*, creándose el 26 de mayo de 1969 el *Grupo Andino* a través de la firma del ***Acuerdo de Cartagena*** integrado por cinco países: Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú; teniéndose como objetivo "promover el desarrollo equitativo, equilibrado y armónico de sus países miembros, mediante la integración y cooperación económica y social. Así mismo, se propone facilitar la participación de los países andinos en el proceso de integración, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano. También son objetivos del Acuerdo de Cartagena, el afianzamiento de la acción conjunta y solidaria de sus países miembros, la disminución de su vulnerabilidad externa y el fortalecimiento de su posición en la economía mundial"[16]. Posteriormente, en 1973 Venezuela se

[15] Echevarría,J.J.*Flujos Comerciales en los países Andinos: ¿liberalización o preferencias regionales?.*
[16] Coodificación del Acuerdo de Integracion Subregional Andino. *Acuerdo de Cartagena.*

adhiere al grupo y Chile se retira en 1976. Quedando actualmente conformado por: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

Para cumplir con su objetivo, el Grupo Andino contó con los siguientes instrumentos:

a.) Un *Programa de Liberación* que contempló acciones dirigidas a eliminar todos los obstáculos que lo interfirieran, es decir, los gravámenes y las restricciones de todo orden. Este programa se inició en 1969 y fue logrado totalmente entre 1992 y 1993. El 30 de septiembre de 1992, Bolivia, Colombia y Venezuela culminaron la apertura de sus mercados. Ecuador terminó el mismo proceso el 31 de enero de 1993 al abrir su mercado a las importaciones provenientes de Venezuela. Así la Comunidad Andina logró que todos los productos de su universo arancelario estubieran liberados. Perú aunque suspendió sus compromisos con el Programa de Liberación el 27 de agosto de 1992, volvió a iniciar su incorporación a través de un acuerdo con los demás socios el 30 de julio de 1997, iniciándose un cronograma de desgravación arancelaria el 1ero. de agosto de 1997, para entrar en plena vigencia en el 2005. Por esta razón, actualmente el comercio de bienes entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela se encuentra totalmente liberado, gozando de una zona de libre comercio, donde las mercaderías originarias de estos países ingresan sin pagar aranceles al territorio de cada uno de ellos, por supuesto, estos productos deberán contar con ciertas condiciones para ser considerados de la subregión[17] y así poder beneficiarse del mercado ampliado.

---

[17] Llamado "Calificación de origen de la mercancía", cuyas condiciones fueron aprobadas por la Comunidad Andina en 1987, dado que antes el comercio entre los países andinos se regía por las normas de origen de la ALALC. Su ultima actualización se realizó el 30 de julio de 1997 por medio de la *Decisión 416*.

b.) *Programas de Desarrollo Sectorial* que recibieron mayor atención durante las dos primeras décadas del Acuerdo como vía para contrarrestar la falta de nuevas industrias y controlar los efectos de las fuerzas del mercado.

c.) Una *Política Común para la inversión extranjera directa* que fue inicialmente pensada, pero el resultado fue mas bien una política diseñada para excluir a las multinacionales de los beneficios de los programas industriales, medida adoptada por medio de la Decisión 24 de diciembre de 1970: a través de ella se prohibía la inversión en la minería, los servicios públicos y el sector financiero, creaba controles para la transferencia de tecnología y las patentes, consideraba límites a la propiedad de extranjeros y restringía las remesas de utilidades a 14% del total de la inversión[18]. Este tratamiento a la inversión se modificó a través de la *Decisión 291* en marzo de 1991 donde se eliminaron exclusión de sectores y límites sobre las remesas.

d.) La adopción de un *Arancel Externo Común (AEC)* aplicable a las importaciones provenientes de terceros países fue inicialmente establecido en el Acuerdo de Cartagena de 1969 para ser acordado antes de diciembre de 1980, pero en realidad tomó 15 años más para firmarse definitivamente[19], finalmente fué adoptado por Colombia, Ecuador y Venezuela por medio de la *Decisión 370* en noviembre de 1994 y puesto en vigencia a partir del 1ero. de febrero de 1995. Bolivia no se unió al Arancel Externo Común por los argumentos de "aislamiento geográfico y reducido tamaño", conservando su arancel acordado en 1985-1986, pero más adelante se le consideró sólo un tratamiento preferencial mediante el cual solo aplica niveles de 5 y 10 por ciento. Perú, aunque no posee las características de país pequeño sujeto a condiciones geográficas especiales, decidió conservar su

[18] Echevarría,J.J.*Flujos Comerciales en los países Andinos: ¿liberalización o preferencias regionales?*

arancel, este se unirá al AEC a mas tardar en el 2003 como explicaremos más adelante.

El mecanismo del AEC contó con una estructura de cuatro niveles: 5%,10%,15% y 20%, dependiendo de las características del producto a comerciar. Como resultado de las aplicaciones del AEC, los impuestos al comercio exterior disminuyeron en el Grupo Andino de 36%-37% en 1986-1988 a menos de 12.8% en 1995 (Ver Gráfico **N°1**). El 30 de enero del 2002 en la *Declaración de Santa Cruz de la Sierra*, los presidentes de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela dispusieron que a mas tardar el 31 de diciembre del 2003 aplicarán un Arancel Externo Común, "cuya estructura será de cuatro niveles: 0, 5, 10 y 20 por ciento. Bolivia no aplicará el nivel de 20 por ciento"[20]

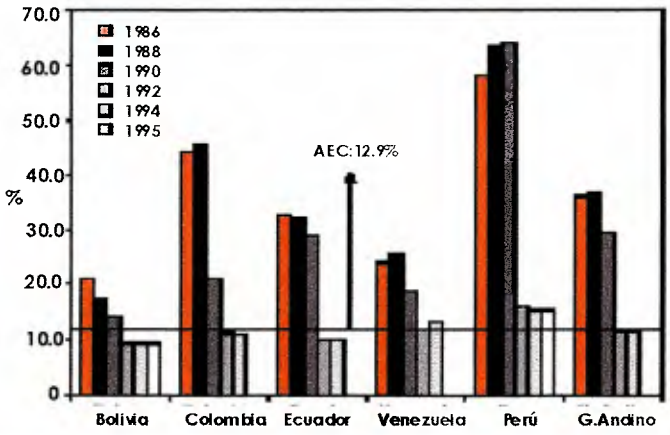


GRAFICO N° 1: **Evolución de los impuestos sobre el comercio exterior** (no incluye los efectos de las cuotas u otros mecanismos no arancelarios) **en los países andinos entre 1986 y 1995.** La línea sólida representa el nivel de AEC.
FUENTE: Echeverría, J.J. *Flujos Comerciales en los países andinos*.Pág:92.

[19] Como paso intermedio se estableció un Arancel Mínimo Externo Común, en el cual los aranceles variarían dependiendo de criterios como la intensidad de mano de obra, la producción doméstica existente,etc.
[20] *Declaración de Santa Curz de la Sierra*. Comunidad Andina.

Seguidamente, es necesario aclarar que la *Decisión 370* no incluyó el Acuerdo Automotor (los aranceles máximos difieren entre ellos).

En mayo de 1999 el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores[21] decidió formular una ***Política Exterior Común (PEC),*** ella constituye un instrumento necesario para elevar el grado de cooperación política y marcar el inicio de una nueva etapa en el proceso de integración andino. La Política Exterior Común debe contribuir a fortalecer la identidad y la cohesión de la Comunidad Andina, así como acrecentar la capacidad de negociación internacional de la Comunidad a partir de una mayor convergencia hacia los demás procesos de integración existentes en América Latina y el Caribe. Son criterios de la Política Exterior Común[22]:

- Responder a los intereses comunes andinos, rescatar experiencias pasadas y guarda coherencia con las políticas exteriores nacionales de los Países Miembros.
- Comprender aspectos políticos, económicos, comerciales y socio-culturales y ser la expresión de un proceso de integración cada vez más profundo que se proyecta internacionalmente.
- Su formulación y ejecución se regirá por la gradualidad, integridad y flexibilidad.

Y su acción se manifiesta a través de la toma de decisiones y puesta en marcha de acciones conjuntas que reflejen posiciones comunes, además de manifestarlas por medio de vocerías únicas en cada uno de los grupos de negociación.

También, para cumplir con el proceso integracionista, la Comunidad Andina tiene instrumentos aduaneros que facilitan las transacciones comerciales de sus

[21] Con capacidad de adoptar Decisiones y formular la política exterior de los países miembros de la CAN en asuntos de interes subregional. El Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores fué incorporado al ordenamiento jurídico del Acuerdo de Cartagena a través del Protocolo de Trujillo en 1996.
[22] *Política Exterior Común*. Página web de la Comunidad Andina.

países miembros, tales como la Nomenclatura Común Nandina, la Normas sobre Valoración Aduanera, la Declaración Andina de Valor, la regulación del Tránsito Aduanero Internacional, Asistencia Mutua y Cooperación entre las Administraciones Aduaneras de los países miembros de la Comunidad Andina.

La Nomenclatura Común Nandina se creó con la finalidad de codificar y clasificar las mercaderias de manera uniforme, basado en un sistema que es gestionado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA). A través de las normas sobre Valoración Aduanera se busca converger a una misma base imponible para aplicar los gravámenes arancelarios a los productos importados, para así evitar desviaciones y distorsiones en el tráfico del comercio. La Declaración Andina de Valor se crea para armonizar la documentación que es necesaria para acreditar el valor en aduana. El Tránsito Aduanero Internacional fué regulado desde el 22 de octubre de 1992 para facilitar las operaciones de transporte internacional y la libre circulación de mercancías, siendo posteriormente adaptada a través de la *Decisión 477* para ajustarse a las nuevas modalidades de transporte así como el procedimiento que debe seguirse cuando las mercancías transitan en dos o más países de la CAN. Por último, para sumar esfuerzos en la prevención contra ilícitos aduaneros se aprobó el 8 de junio del 2000 la *Decisión 478* referente a la Asistencia Mutua y Cooperación entre las Administraciones Aduaneras de los Países Miembros de la Comunidad Andina para mejorar el intercambio de información, el uso de medidas cautelares y desarrollo de programas de capacitación.[23]

A nivel multilateral, la Comunidad Andina ha seguido coordinando posiciones en el ámbito de la ***Organización Mundial del Comercio.*** La OMC administra los acuerdos multilaterales entre más de 140 países en temas tales como el

comercio de mercancías, de servicios y los derechos de propiedad intelectual. Al mismo tiempo, la OMC constituye un foro permanente de negociaciones multilaterales entre sus miembros sobre esos y otros temas.

Los países andinos son miembros activos de la OMC. Dentro del ámbito de competencia de esa organización se encuentran asuntos cruciales para las estrategias de desarrollo de los países andinos. Por tal razón, los países andinos han considerado mantener una participación conjunto y coordinada en las actividades que se realizan en el marco de la OMC. También, la Comunidad Andina en la búsqueda de evitar las prácticas restrictivas de la libre competencia que puedan impedir o falsear la competencia, creó a través de la *Decisión 285* las normas para prevenir o corregir estas distorsiones en la competencia que contribuirán como mecanismo eficaz para alcanzar el perfeccionamiento del proceso de integración.

II.2.-PROGRAMA DE LIBERACION REGIONAL INDUSTRIAL: EL CONVENIO DE COMPLEMENTACION INDUSTRIAL DEL SECTOR AUTOMOTOR.

Dentro de los programas industriales de liberación regional emprendido por los miembros de la Comunidad Andina se encontraban los *Programas de Acero y de Automóviles*, cuya liberalización e integración regional conjunta se logró solo después de 1992. Vale la pena aclarar que el modelo de integración de la Comunidad Andina se fundamenta en un regionalismo abierto, como medio para lograr una mejor inserción de la Comunidad dentro del contexto internacional.

[23] *Instrumentos aduaneros.* Pagina web de la Comunidad Andina.

La Comunidad Andina ha venido dando, desde hace varios años, un impulso significativo al proceso de integración del sector automotor al definir y aprobar una política común para este sector y por lo tanto, sentar las bases para desarrollar una industria automotriz competitiva y eficiente, capaz de penetrar otros mercados fuera de la región. Este proceso se inicia en 1993 con el Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, fijando no solamente el AEC y el patrón de liberación regional, sino también estableciendo el contenido de valor agregado mínimo requerido para beneficiarse de bajos aranceles sobre insumos y repuestos (CKD).

"El 13 de Septiembre de 1993, Colombia, Ecuador y Venezuela suscriben el "Convenio de Complementación en el Sector Automotor", con la finalidad de adoptar una política común para promover la especialización en el sector y aprovechar el mercado ampliado subregional en forma racional,..."[24].

Se logra un acuerdo encaminado a proteger el sector automotor del mercado subregional frente a terceros países. El gobierno de Venezuela ajusta sus medidas arancelarias adoptadas durante el año 1992 a estas nuevas realidades, por consiguiente deberá cumplir con los aranceles externos comunes establecidos y los requisitos de contenido subregional en donde se pauta un tope en el uso de materiales importados por Colombia, Ecuador y Venezuela (medido por su valor CIF) de terceros países en el ensamblaje de sus vehículos (medido por su valor FOB del producto).

El Convenio incorpora además la prohibición de importar vehículos usados o vehículos nuevos de años/modelos anteriores en cualquier categoría.

1999: Modificación del Convenio de Complementación en el Sector Automotor.

En Septiembre de 1999 Venezuela, Colombia y Ecuador suscriben un nuevo convenio que busca "fortalecer la posición negociadora de la subregión en los acuerdos regionales y sienta las bases para dar un salto cualitativo de industria de ensamble a producción".[25]

El nuevo convenio elimina eventuales incompatibilidades de acuerdo a los principios de la OMC (Organización Mundial del Comercio), se desaparecen las fórmulas que exigían un contenido subregional en la producción local, permitiendo que a partir del 1ero de enero del 2000 (fecha en que entra en vigencia el convenio) los vehículos que cumplan tan solo con el "Requisito Específico de Origen" tengan libre acceso al mercado subregional.

Este convenio sustituye el acuerdo firmado en 1993 por los tres países de la Comunidad Andina (CAN) y mantiene el arancel externo común de 35 por ciento para los vehículos de la Categoría 1 (unidades con capacidad máxima de 16 personas incluido el conductor y los vehículos de transporte de mercancía de un peso total con carga máximo de 4,537 toneladas) y para las unidades pertenecientes a la Categoría 2 (vehículos pesados que superan las 4,537 toneladas de carga) el arancel externo común será de 15 por ciento en el caso de Colombia y Venezuela, de 10%

[24] **GACETA OFICIAL del Acuerdo de Cartagena.** Año XI-Número 168. Resolución 355.-Publicación del *Convenio de Complementación en el Sector Automotor suscrito entre Colombia Ecuador y Venezuela el 13 de septiembre de 1993.*

por ciento en el de Ecuador. Se mantiene también la prohibición de importar vehículos usados y se le suma a esta prohibición la de importar autopartes y piezas usadas por razones de seguridad, razones ambientales y equilibrio de la competencia.

Con el nuevo convenio se aspira incrementar la producción subregional y las transacciones intracomunitarias de vehículos; así como, fortalecer e impulsar el desarrollo de la industria automotriz y el aumento de la competitividad y de la eficiencia.

II.3.-FLUJOS COMERCIALES DE LA COMUNIDAD ANDINA:

Antes de iniciar con el desarrollo de esta sección del Capítulo II quisiera aclarar que no daré una explicación detallada y profunda referente a las relaciones de la Comunidad Andina con otros bloques comerciales y/o naciones, dado que sería necesaria ahondar en el tema con material que respalde cada una de las negociaciones que se están desarrollando entre ellos para crear acuerdos preferenciales o de libre comercio (según la etapa de negociación en que se encuentren). Esto no significa que he olvidado que la Comunidad Andina avanza hacia su fortalecimiento, incrementar su capacidad de negociación internacional así como su participación en los mercados de terceros países y profundizar en el proceso de integración.

Dentro del proceso de Integración de la Comunidad Andina se ha buscado ampliar los flujos comerciales, aunque ha tenido altibajos a lo largo de sus 33 años de integración comercial. Después de una expansión sostenida durante 1970-1980, las

---

[25] **Comunidad Andina.** *Modifican Convenio Automotor para impulsar su desarrollo en la Comunidad Andina.* Sala de Prensa.Lima,12 de Agosto de 1999.En: Internet: http://www.comunidad andina.org.

exportaciones e importaciones totales de la Comunidad Andina cayeron durante la primera parte de la década de los ochenta hasta llegar en 1986 a representar el 42% y 57% respectivamente, de aquellas alcanzadas en 1980. Varios factores impidieron que la Comunidad Andina alcanzara sus metas: la crisis de la deuda externa que afectó a América Latina durante esa década, la agudización de los desequilibrios macroeconómicos, la proliferación de restricciones administrativas al comercio y el establecimiento de regímenes de cambio diferenciales[26]. Las exportaciones totales aumentaron muy rápidamente entre 1986 y 1990 permaneciendo el nivel alcanzado relativamente para 1990-1995.

GRAFICO N° 2: **Exportaciones e importaciones de los cinco países andinos: 1970-1995** (Dólares Constantes 1990).
FUENTE: Echeverría, J.J.(1999) *Flujos Comerciales en los países andinos*.Pág.:102

II.3.1.- COMERCIO INTRASUBREGIONAL:

De forma análoga se comportó el comercio intrandino durante la década de los 80 debido a la situación económica que enfrentó América Latina en este período. Así, hasta 1989 los índices de crecimiento del comercio fueron negativos con

[26] Papeles del Instituto de Comercio Exterior (1992). Venezuela y el Grupo Andino. Pág:28.

respecto al año 1980[27], sólo a partir de 1990 el comercio intrasubregional comenzó a recuperarse, para este año se registraron exportaciones por US$ 1.315,8 MM (cifra superior a la registrada en 1980) y en 1991 hubo un aumento importante de los volúmenes exportados que alcanzó los US$ 1.797 MM gracias a las políticas de apertura que aplicaron los países miembros, a través de la reducción de las tarifas arancelarias y la eliminación de las restricciones a las importaciones, enfocándose en una vía hacia la liberación del comercio.

Desde **1969 hasta 1991** los países andinos intercambiaron US$ 17.416.6 MM, presentando Colombia y Venezuela el mayor porcentaje en exportaciones. Colombia ocupó el primer lugar de las exportaciones totales a otros países del Grupo Andino con 6.519.7 MM, equivalente a un 35,3%. Venezuela se situó en el segundo lugar con US$ 4.854,3 MM, equivalente a un 27,9% del comercio interandino. Siguiendo en este orden Perú, Ecuador y Bolivia (Ver Gráfico N°3).

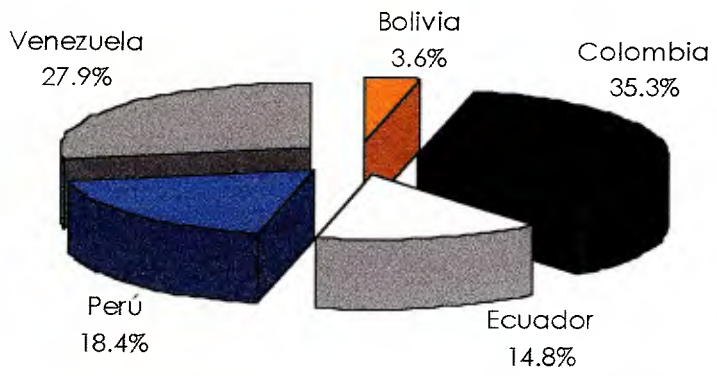


GRAFICO N° 3: **Exportaciones intrasubregionales de la Comunidad Andina. Período 1969-1991.**
FUENTE: Instituto de Comercio Exterior (1992). Venezuela y el Grupo Andino.Pág:32 .

[27] Aunque hubo un leve crecimiento en 1985 de 6,4 por ciento, este volvió a caer a niveles negativos en 1986.

El comercio entre los países miembros para este período fue simétrico, se mostró una tendencia a comerciar más con aquellos países con los cuales comparten una frontera común. Esta situación se manifestó claramente con el destino de las exportaciones de Colombia y Venezuela: del total de las exportaciones colombianas durante el período 1969-1991, el 62.8% tuvo por destino Venezuela. y este destinó para el mismo período, el 72,5% de sus exportaciones a Colombia. Ecuador destinó a Colombia el 41,8% de su volumen exportado al grupo y 46,7% a Perú, sin embargo este último se ha comportado de una forma más equilibrada, correspondiendo el mayor porcentaje a Colombia con 39,8%, en tanto que a Bolivia, Ecuador y Venezuela se destinó 13,4%, 22,6% y 24,2% respectivamente. Con respecto a Bolivia[28], el 69% se destinó a Perú, luego el 17% a Colombia.[29]

Continuando con el análisis, el comercio intrasubregional a partir de 1991, experimentó una tendencia marcadamente creciente pasando de US$1.797 MM hasta US$ 5.628 MM en 1997. En 1998 las exportaciones se redujeron ligeramente y en 1999 tuvo una caída fuerte, recuperándose en el año 2000, pareciendo retomar la tendencia de los primeros años de la década anterior.

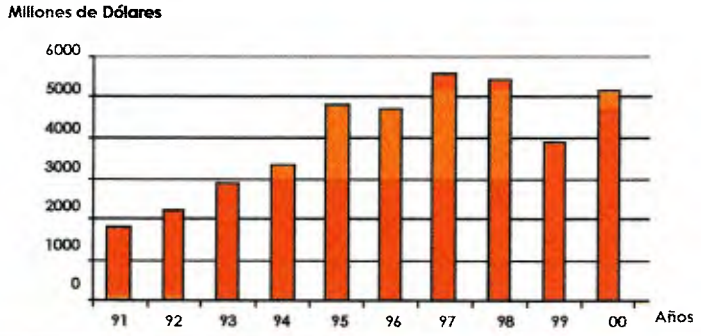


GRAFICO Nº 4: **Exportaciones Intracomunitarias. Período 1991-2000**
FUENTE: *Exportaciones Intracomunitarias*. Pagina web de la Comunidad Andina.

[28] La participación de Bolivia no supera el 3 por ciento del intercambio total del Grupo Andino.
[29] Papeles del Instituto de Comercio Exterior (1992). Venezuela y el Grupo Andino. Pág: 34.

Todos los países andinos recuperaron la tendencia al crecimiento de sus exportaciones intracomunitarias en el año 2000, pasando de intercambiar US$ 3.940 MM en 1999 a US$ 5.166 MM en el 2000, es decir, un incremento del 31% (Ver Gráfico N° 5). Descontando el comercio de combustibles (petróleo y sus derivados), las exportaciones crecieron 25% al pasar de US$ 3.363 MM en 1999 a US$ 4214 MM en el año 2000.

Exportaciones Intracomunitarias (MM US$)

	1999	2000	Var.%
Com. And.	3940	5166	31.12%
Bolivia	294	304	3.40%
Colombia	1634	2167	32.62%
Ecuador	445	663	48.99%
Perú	347	446	28.53%
Venezuela	1220	1586	30.00%

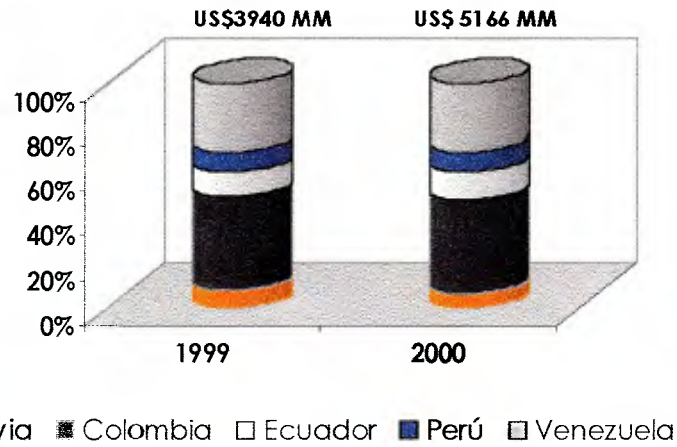


GRAFICO N° 5: **Exportaciones Intracomunitarias 1999 – 2000.**
FUENTE: COMUNIDAD ANDINA (2001). *33 Años de Integración Comercial 1969-2001*. Documento Estadístico

En relación al comercio bilateral entre los países miembros de la Comunidad Andina, destacan las exportaciones de Colombia hacia Venezuela pasando de US$913MM en 1999 a US$ 1.295MM en el año 2000, de forma recíproca aunque en menor proporción crecieron las exportaciones de Venezuela hacia Colombia (US$ 789 MM en 1999 hasta US$ 853 MM en el 2000). También crecieron las exportaciones de Colombia a Ecuador en un 43%, de Venezuela hacia Perú con un

86% de aumento, de igual manera las exportaciones de Ecuador al Perú 77%, de Perú hacia Ecuador 91%[30].

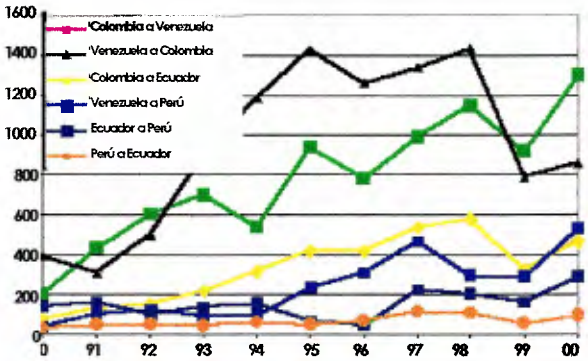


GRAFICO Nº 6: **Exportaciones Bilaterales 1990-2000 (en Millones de Dólares).**
FUENTE: COMUNIDAD ANDINA (2001). *33 Años de Integración Comercial 1969-2001*. Documento Estadístico

II.3.2.- COMERCIO DE LA COMUNIDAD ANDINA CON EL RESTO DEL MUNDO:

II.3.2.1.- Importaciones de la Comunidad Andina:

Durante el **período 1980-1990** las importaciones (CIF) de la Comunidad Andina llegaron a registrar US$ 218.495 MM de los cuales sólo 5% correspondió a importaciones subregionales.

Entre los países miembros de la Comunidad, Colombia y Venezuela fueron los que más importaciones efectuaron, adquiriendo Venezuela el 50% del total importado durante estos años. El origen de la importaciones del Grupo Andino

[30] Comunidad Andina.(2001). *33 Años de Integración Comercial 1969-2001*.Exportaciones Bilaterales

correspondió en su mayoría a Estados Unidos, aunque el valor de sus ventas disminuyera para la década de los ochenta[31], como segundo lugar de origen se encontró la Comunidad Europea (CE) cuyas importaciones se ubicaron a niveles superiores al 20% del total. Japón se encontró como el tercer mercado proveedor; para 1980 estas representaron el 9%, en 1982 el 11% y a partir de 1997 descendió hasta llegar a participar en el 6% de las importaciones totales de la Comunidad Andina. En cuarto lugar, el origen de las importaciones era de los restantes países que conforman la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), representando el 11% de las importaciones totales en 1987 y el 12% en 1990[32].

A partir de **1991 hasta el año 2000**, las importaciones crecieron significativamente pasando de US$ 23 MMM a US$ 40 MMM respectivamente. De forma parecida a la década anterior se distribuyo la participación de los mercados proveedores de la Comunidad Andina: el principal mercado proveedor fué Estados Unidos (representando el 32% de las importaciones andinas del mundo en el año 2000), creciendo desde 1991 hasta el año 2000 a una tasa de 4% anual; en segundo lugar se ubicó la Unión Europea (representando el 16% de las importaciones andinas) con un crecimiento de 3% anual, en tercer lugar se encontró la propia Comunidad Andina (14% de las importaciones totales), que gracias a los acuerdos y convenciones que se han desarrollado entre los países miembros le permitió crecer a un ritmo de 13% anual; a Mercosur le correspondió el cuarto lugar, seguido de Japón, México, Chile, Canadá y China.[33]

---

[31] Entre 1980-1984 las importaciones desde los Estados Unidos oscilaron entre 40 y 40,6 por ciento del total disminuyendo desde 1985 a 1990 cuando representaron 36,4 y 38,6 por ciento del total importado.
[32] Instituto de Comercio Exterior (1992). Venezuela y el Grupo Andino. Págs: 35-36.
[33] Comunidad Andina (Junio 2001). El Comercio Exterior de la Comunidad Andina y sus principales Mercados. Avance Estadístico.

	1991		2000		Tasa Anual
	Valor	Estructura	Valor	Estructura	2000/1991
IMPORTACIONES CIF TOTAL MUNDO	22880	100.0%	39626	100%	6.30%
Mercados seleccionados	20660	90.3%	34622	87.40%	5.90%
Estados Unidos	**8945**	**39.1%**	**12686**	**32.00%**	**4.00%**
UNION EUROPEA- 15	**4910**	**21.5%**	**6500**	**16.40%**	**3.20%**
COMUNIDAD ANDINA	**1769**	**7.7%**	**5466**	**13.80%**	**13.20%**
MERCOSUR	**2013**	**8.8%**	**3291**	**8.30%**	**5.60%**
República Dominicana	3	0,0 %	8	0.00%	10.10%
Japón	1583	6.9%	1756	4.40%	1.20%
Chile	343	1.5%	1263	3.20%	15.60%
Canadá	573	2.5%	1019	2.60%	6.60%
México	449	2.0%	1612	4.10%	15.30%
TRIANGULO DEL NORTE	29	0.1%	45	0.10%	5.10%
China	42	0.2%	976	2.50%	41.70%

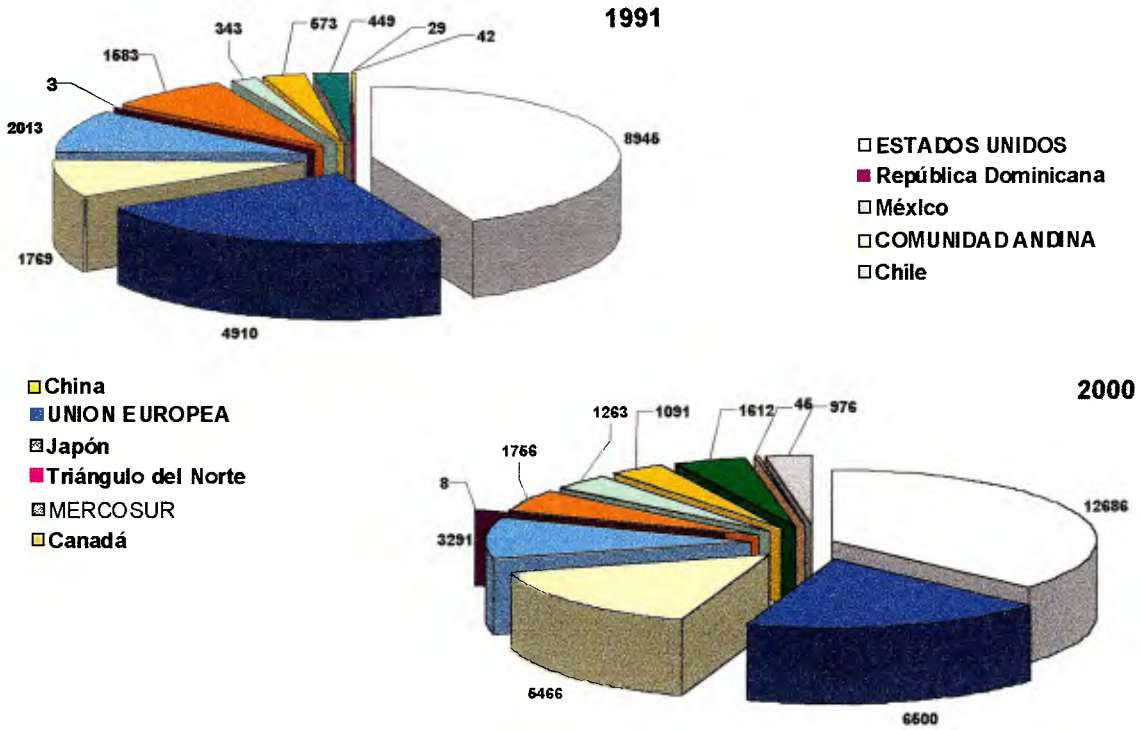


GRAFICO N° 7: **Importaciones de la Comunidad Andina a los principales mercados. Años: 1991 y 2000(en Millones de Dólares).**

FUENTE: COMUNIDAD ANDINA (2001). 33 Años de Integración Comercial 1969-2001. Documento Estadístico

II.3.2.2.- Exportaciones de la Comunidad Andina al mundo:

En relación a las exportaciones acumuladas de la Comunidad Andina, estas ascendieron a US$ 274.480 MM entre **1980 y 1990**, correspondiendo a Venezuela el mayor porcentaje (58,3%) del total exportado seguido de Colombia (17,4%), por su parte Perú generó exportaciones acumuladas en el orden de US$ 31.953 MM (11,6%), Ecuador (9,5%) y por último Bolivia exportó aproximadamente US$ 9 MMM representando el 3,2% del total exportado por la Comunidad Andina en este período.

GRAFICO N°8: **Participación de los países miembros de la Comunidad Andina en las exportaciones totales al mundo 1980-1990.**
FUENTE: COMUNIDAD ANDINA (2001). El Comercio Exterior de la Comunidad Andina y sus principales mercados. Avance Estadístico. Pág. web CAN.

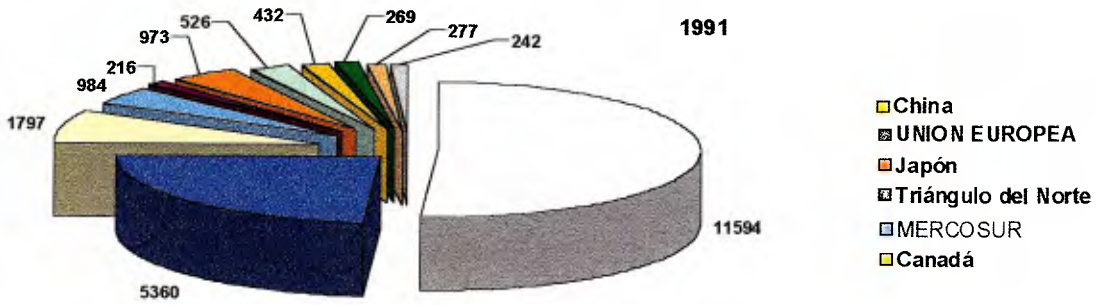
Entre los principales destinos de las exportaciones del Grupo Andino se encontraron Estados Unidos, la Comunidad Europea, Japón. Las exportaciones hacia Estados Unidos se incrementaron durante esta década pasando a representar el 29,4% en 1980 hasta alcanzar en 1990 el 49.4% del total exportado. De forma contraria se desarrolló el volumen de las exportaciones de la Comunidad Andina hacia la Comunidad Europea disminuyendo desde 1980 con un 19,9% de

participación hasta llegar a representar el 17,1% en 1990, de igual manera se comportaron las exportaciones hacia Japón (4,9% en 1980 y 3,9% en 1990).

A partir de 1995 se inició las primeras reuniones entre la Comunidad Andina y Mercosur que estudiaron la posibilidad de crear una zona de libre comercio entre ambos bloques, iniciando de manera formal las negociaciones referente a las Preferencias Arancelarias en junio de 1998, lo que le ha permitido incrementar su participación en el comercio con la Comunidad Andina.

Las exportaciones de la Comunidad Andina al mercado crecieron en la **década de los 90** al pasar de US$ 29 MMM en 1991 a US$ 57 MMM en el año 2000; sólo en 1998 disminuyeron en comparación al volumen importado, siendo Venezuela el único país que mantuvo superavitaria su balanza comercial gracias a las exportaciones de petróleo. Estados Unidos continua siendo el principal destino de las exportaciones andinas, pasando de obtener el 39,4% de las exportaciones totales de la Comunidad en 1991 al 46,7% en el año 2000. De igual manera en segundo lugar de importancia se ubica la Unión Europea, aunque su participación haya disminuido de 18,2% en 1991 a obtener el 9,8%. El tercer lugar es para la propia Comunidad Andina, cuya posición como destino de las exportaciones andinas creció a una tasa del 12,5% anual en el período 1991-2000 (tasa de crecimiento anual superior a los anteriores mercados), seguido por Mercosur con compras a la Comunidad Andina en el orden de US$ 985 MM en 1991, US$ 1.685 MM en 1999 y US$ 2299 en el 2000 (60% de las exportaciones totales fueron combustibles).

	1991		2000		Tasa Anual
	Valor	Estructura	Valor	Estructura	2000/1991
EXPORTACIONES FOB TOTAL MUNDO	29412	100%	57423	100%	7.70%
Mercados Seleccionados	22669	77.1%	45252	78.8%	8%
Estados Unidos	11594	51.1%	26808	59.2%	10%
UNION EUROPEA -15	5360	46.2%	5605	20.9%	1%
COMUNIDAD ANDINA	1797	33.5%	5167	92.2%	13%
MERCOSUR	984	54.8%	2299	44.5%	10%
República Dominicana	216	22.0%	979	42.6%	18%
Japón	973	450.5%	904	92.3%	-1%
Chile	526	54.1%	851	94.1%	6%
Canadá	432	82.1%	743	87.3%	6%
México	269	62.3%	712	95.8%	11%
TRIANGULO DEL NORTE	277	103.0%	621	87.2%	9%
China	242	87.4%	563	90.7%	10%



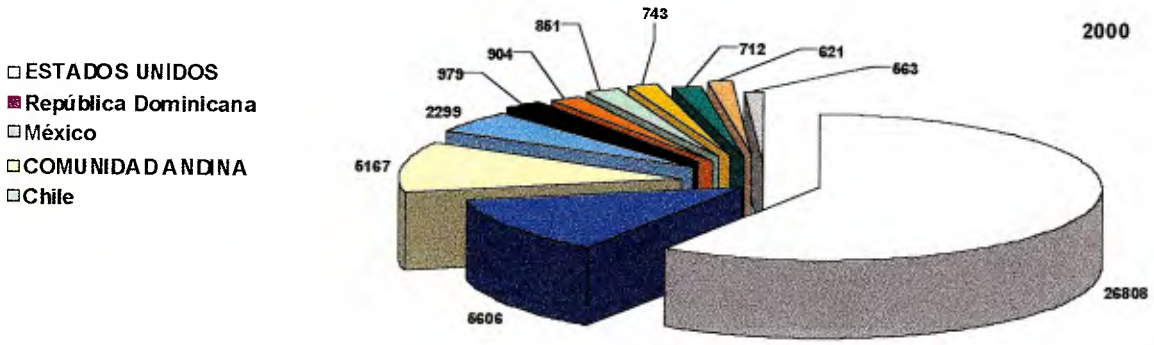


GRAFICO N° 9: **Exportaciones de la Comunidad Andina a los principales mercados. Años: 1991 y 2000 (en Millones de Dólares).**

FUENTE: COMUNIDAD ANDINA (2001). *33 Años de Integración Comercial 1969-2001*. Documento Estadístico

Capítulo III

CAPITULO III

EL SUBSECTOR DE ENSAMBLADORAS EN VENEZUELA, COLOMBIA Y ECUADOR.

Aunque los procesos de integración regional constituyen procesos de mediano y largo plazo, es posible evaluar los primeros efectos del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, mediante el examen de las evidencias existentes para el período 1980-2000 (antes y después de la firma del Convenio).

Los procesos de integración y apertura tienen como objetivo fomentar el intercambio comercial entre los países involucrados, a través de preferencias arancelarias entre ellos y la especialización en sus actividades con ventajas comparativa y de mayor eficiencia.

Sin embargo, existen factores alternos que puedan interferir sobre el logro de estos objetivos, es importante por lo tanto analizar el subsector con la finalidad de conocer su comportamiento y estructura, y saber si estas estructuras facilitan o impiden el desarrollo eficiente que buscan los procesos de integración.

El presente capítulo pretende analizar el Subsector conformado por las Ensambladoras existentes en Venezuela, Colombia y Ecuador, buscando describirlos detalladamente mediante la utilización de los modelos de análisis de los sectores industriales descritos en el capítulo I.

En la primera parte describe la importancia que tiene la actividad que realizan las ensambladoras nacionales dentro del sector automotor, seguidamente la segunda parte muestra un acercamiento al sector automotor en Venezuela, Colombia y Ecuador en cuanto a la evolución que ha tenido y con que actores a contado para su desenvolvimiento a través de estos años.

III.1.- IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD DE ENSAMBLAJE DE AUTOMÓVILES DENTRO DEL SECTOR AUTOMOTOR.

Las actividades del sector automotor se divide a nivel mundial en la productora y la ensambladora. El hecho de que exista una u otra en un país o región está determinado únicamente por el tamaño del mercado real. Esto quiere decir que si el tamaño del mercado es grande podrá tomarse decisiones de fabricación y producciones a escala. En el caso de mercados pequeños es imposible pensar en la producción de ciertos vehículos mientras el mercado no crezca suficientemente y está determinada específicamente a la producción mediante el ensamblaje automotor.

Las actividades que conforman el Sector Automotor en los países analizados (Venezuela, Colombia y Ecuador) son:

- Ensamblaje de Automóviles y Vehículos Pesados .
- Materias Primas y Procesos Básicos.
- Chasis, Pisos y sus Elementos.
- Carrocería Externa y sus Partes.
- Carrocería Interior.

- Sistema de Dirección y Suspensión.
- Sistema de Frenos.
- Motor.
- Transmisión.
- Sistema Eléctrico Principal.
- Otros Componentes del Sistema Eléctrico.
- Aire Acondicionado y sus Partes.
- Accesorios.
- Misceláneos.

La Importancia que tiene el Ensamblaje de Automóviles dentro del Sector Automotor se ha evidenciado cada vez más con el pasar de los años, a través de los altos encadenamientos productivos que se generan, entre ellas la fabricación de autopartes, el servicio de los talleres mecánicos, y la comercialización de vehículos a través de los concesionarios y comercios.

En ***Venezuela***, el sector automotor ha evolucionado sostenidamente hasta ocupar hoy uno de los primeros lugares como generadora de empleos. El inicio de las actividades de ensamblaje de vehículos en Venezuela proporcionó el impulso indispensable para que pudiera surgir y sostenerse una gran variedad de empresas suplidoras de materias primas, piezas y componentes que hasta entonces no se producían en el país. Paralelamente, ha originado una gran cantidad de empleos directos e indirectos. Para 1997 las ensambladoras nacionales poseían 9.718 personas empleadas, 5.684 en 1998 y 5.717 en 1999.[34]

[34]34 Según Información suministrada por CAVENEZ.

A medida que ha crecido el sector automotor, las empresas ensambladoras nacionales se han ido volcando hacia mercados exteriores, aprovechando las ventajas derivadas de la posición geográfica del país y de acuerdos económicos y comerciales suscritos entre gobiernos en materia de complementación como es el caso del "Convenio de Complementacion Industrial del Sector Automotor", lo que ha permitido a nuestras empresas penetrar exitosamente en el mercado del Grupo Andino.

La actividad de ensamblaje del sector automotor, así como el monto y la oportunidad de sus cuantiosas inversiones son el resultado de planes formulados para el mediano y largo plazo, en concordancia con los lineamientos de la política automotriz que fija el Gobierno Nacional y con los compromisos que para esta actividad industrial se derivan de los convenios de integración suscritos con países de la región.

Según la Encuesta Anual Manufacturera realizada en 1998 en ***Colombia***, la actividad de ensamblaje representa el 61,5% de la producción bruta, el 68,6% del consumo intermedio y el 63,2% de las ventas totales del sector. Una división similar del sector se registra en Venezuela y Ecuador, donde la actividad de Ensamblaje alcanza niveles superiores al 50% en la producción de la actividad.

Para ***Ecuador*** de igual manera, la importancia de la actividad de ensamblaje de vehículos como parte del sector automotor puede ser vista desde diferentes vías: porque forma parte de la industria manufacturera del país, porque se dedica también al comercio de vehículos ya ensamblados y porque se ha constituido como actividad generadora de una cantidad resaltante de fuentes de empleo a través de actividades propias (empleos directo) y vinculadas (empleo indirecto).

En cuanto al comercio intracomunitario, del total de las exportaciones que realiza el sector automotor, las ventas de vehículos ensamblados contribuyen con un 2,7%. La participación que obtuvo Colombia y Venezuela al inicio de la década de los noventa fue similar entre las dos, con el inicio de los procesos de integración comercial, Venezuela fue tomando mayor fuerza en un principio, pero posteriormente se ha observado un deterioro en los volúmenes exportados. Ecuador, ha ido mejorando su participación aunque en pequeñas magnitudes, alcanzando a finales de los noventa, una participación del 25% del total de las exportaciones de vehículos realizado por la CAN.

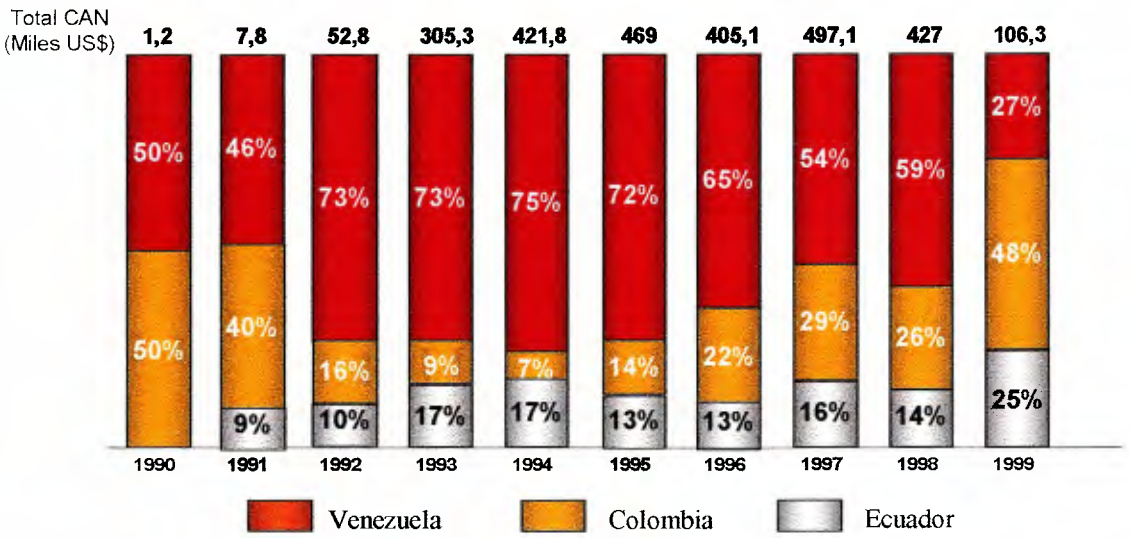


GRAFICO N°10 **:EVOLUCION de las exportaciones de vehículos por parte de Venezuela, Colombia y Ecuador hacia la CAN (1990-1999).** Expresado en Miles de Dólares.
FUENTE: Comunidad Andina

III.2.-EVOLUCION DEL SECTOR EN LOS PAISES INTEGRANTES DEL "CONVENIO DE COMPLEMENTACION INDUSTRIAL DEL SECTOR AUTOMOTOR".

III.2.1.-VENEZUELA.

III.2.1.1.-EVOLUCION DEL SECTOR AUTOMOTOR.

Las actividades de Ensamblaje en Venezuela se inició en el año 1948, cuando se establece la firma General Motors de Venezuela, C.A. dedicándose a la fabricación de vehículos pasajeros y vehículos comerciales. Seguidamente, en 1950, se instala en el país la empresa Chrysler de Venezuela, S.A. lo cual marca definitivamente el comienzo del sector automotor en Venezuela. Para loa años anteriores a 1963, no había Políticas que restringieran la importación de vehículos al país. La importación era libre y no había regulación del contenido local. Es a partir de 1964, cuando el Gobierno implanta una serie de medidas oficiales dirigidas a proteger a los fabricantes locales (tanto de vehículos ensamblados, como de autopartes). El inicio de estas políticas influye sobre el Sector Automotor, por ser éste parte de la Industria Automotriz.

La ***Primera Política,*** correspondiente a los años 1964-1970 tuvo como objetivo "sustituir la importación de unidades totalmente armadas a fin de reducir la fuga de divisas"[35] además de servir como medida para incentivar la generación de empleo y el desarrollo de la Industria Metalmecánica. Entre las medidas estaba la obligatoriedad de introducir algunas partes producidas en el país y la prohibición

[35] NORIEGA, Hilda Carolina. *Evaluación de las Políticas de Sustitución de Importaciones en el Sector Automotor*". Caracas, 1987.

total de importar vehículos, todo vehículo vendido en el país debía ser ensamblado localmente. Como consecuencia a estas medidas, aunque se logró la reducción de divisas para productos terminados, por otro lado se incrementaron las divisas requeridas para importar materiales necesarios para el ensamblaje de vehículos.

La ***Segunda Política*** Automotriz, tuvo lugar desde 1971 hasta 1975. Se fundamentó en cambios y modificaciones de la política anterior. El principal cambio consistió en la modificación del sistema de medición de integración basado en peso-valor[36], dirigido a orientar la integración hacia piezas de un contenido tecnológico más alto en lugar de piezas de tecnología simple. Además reguló el número de modelos producido por ensambladora. Estas medidas originó un incremento en el número de empleos, alcanzando a generar 10.456 puestos de trabajo por parte de las empresas ensambladoras, hubo incumplimiento de las metas de incorporación, por lo que durante en este lapso se iniciaron las negociaciones tendientes a lograr el intercambio de piezas entre los países del área andina.

La ***Tercera Política*** Automotriz (1976-1985) fomentó las exportaciones a través de programas progresivos tendientes a compensar el valor de las importaciones de las piezas y conjuntos requeridos para el ensamblaje de los vehículos. Concreta programas de intercambio de partes y componentes especialmente con los países del área andina. Se decreta la obligatoriedad de incorporar el tren motriz a partir de 1979, para planificar la integración de las piezas básicas, sin embargo esta medida es eliminada en 1982. En lo referente a la integración, sistema de medición que se aplica en esta política esta referido a un valor de acuerdo a la relación de materiales (metas de 75%-90%), la cual consistió en un desglose del vehículo ordenado y codificado de acuerdo a la configuración del

36 También conocido como MKB (Meta en kilogramos en bolívares)

mismo, que aunque ya existía en la política anterior, se elaboró una nueva relación de materiales, presentando un porcentaje de cada componente referido al valor de referencia de los vehículos de acuerdo al grupo al que pertenece (Pasajeros, Rústicos y Comerciales).

Aunque se delimitaron varios objetivos dentro de esta política, muchos de ellos no se cumplieron. Por ejemplo, la incorporación de contenido local alcanzó tan solo un valor entre 20 y 25 por ciento, siendo inferior a la que se señalaba como objetivo. Por otro lado, se logró un incremento del 80 por ciento en los puestos de trabajo y una mejora en la capacitación de los trabajadores.

Sucesivamente la C***uarta Política*** Automotriz (1986-1990) continuó fomentando las exportaciones, impulsando la fabricación de vehículos (y componentes) a escalas más eficientes para lo cual debería reducirse el número de modelos y standarizar sus partes para obtener economías de escala. También se fijo a través del Decreto Presidencial N° 757 los niveles mínimos de producción por modelo en base a las ventas totales de cada categoría., quienes no cumplieran se le cancelaría el permiso para seguir produciendo el modelo.

En la ***Quinta y Sexta*** Política Automotriz (1991-1993) la estrategia cambia., ya no se hace énfasis exclusivamente hacia el desarrollo del sector volcado al mercado interno, sino hacia una vocación exportadora que responda más bien a las exigencias del mercado subregional e internacional, manteniendo los esquemas de vinculación entre el sector de ensamblaje y el de partes. De aquí surge el Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, con una orientación que permite el desarrollo de cadenas de valor entre los agentes involucrados (Venezuela, Colombia y Ecuador), a fines de aprovechar el mercado ampliado

III.2.1.2.-LAS ENSAMBLADORAS VENEZOLANAS.

GENERAL MOTORS VENEZOLANA.C.A.: Inició sus actividades en Caracas en el año de 1948 con vehículos comerciales y camiones, en 1979 adquirió las instalaciones de CHRYSLER DE VENEZUELA en la ciudad de Valencia como parte de su proyecto de expansión. En 1981 amplias sus instalaciones con una inversión superior a Bs. 400 MM. En 1990 adquirió la participación del GRUPO MENDOZA iniciando un plan de reemplazo de sus productos. A principios de 1991 la empresa mixta GENERAL MOTORS cambia su nombre por GENERAL MOTORS VENEZOLANA,C.A. Su planta se localiza actualmente en Valencia, estado Carabobo. Algunos de sus modelos ensamblados nacionalmente fueron: Corsa, Cavalier, lumina Blazer, Grand Blazer, Chevrolet Sunfire y Chevrolet Astra. Entre los importados encontramos: Esteem, Vitara, Samurai, etc. Al compara sus ventas acumuladas para el primer semestre del año 2000 y 2001, 28.974 unidades correspondió a modelos chevrolet, con lo cual General Motors se mantuvo en el primer lugar de ventas.

FORD MOTOR DE VENEZUELA,S.A.: En octubre de 1992 comenzó FORD a ensamblar vehículos en su planta de Valencia con una capital inicial de Bs. 20 MM y 533 trabajadores. En 1966 FORD introduce al mercado venezolano dos vehículos que hacen historia en la industria automotriz el L.T.D y el Mustang. En 1974 con 55 concesionarios autorizados, se crea la Asociación Nacional de Concesionarios Ford. En 1980 se inaugura el Laboratorio de Ingeniería de Pruebas con una inversión de Bs. 5MM. En 1992 FORD lanza nuevas versiones de sus vehículos de pasajeros y comercial. Para 1999 durante sus once primeros mes su cuota de

participación (Mkt%) en el mercado fué de 14,o %,manteniéndose con algunas variantes.. Su planta se ubica igualmente en Valencia, estado Carabobo y ensambló modelos como: Festiva, Ford Blazer, Bronco Super 4x4, Explorer, Fiesta.

M.M.C. AUTOMOTRIZ, S.A.: Comienza sus operaciones de producción en el país el 3 de agosto de 1990, esté ubicada en la Ciudad de Barcelona, estado Anzoátegui. Hasta junio de 1991 se vendieron 100.000 unidades de los vehículos Hyundai y Mitsubishi por lo que proyectaron planes de expansión y de inversión para incorporar otros modelos en la línea de ensamblaje. Su planta tuvo una Capacidad Instalada de producción de 10. 000 vehículos por año para 1993 operando en un turno de ocho horas, 19.760 vehículos en 1997 y 1998, 14.820 vehículos en 1999.

MACK DE VENEZUELA,C.A: Fué fundada en el año de 1962. Inició su producción en 1963 con el ensamblaje de camiones y chasis de autobuses marca Mack y vehículos rústicos Land Rover. En el año de 1991 comenzó firmó un Convenio con Honda Motor Co., Ltd de Japón. En agosto de 1962 sale de la planta el primer Hondo Accord ensamblado en Latinoamérica, producción que continuó. Su planta se ubica en Tejerías, estado Aragua. En el mes de marzo del año 2000 se confirmó la paralización del ensamblaje de vehículos de pasajeros de marca Honda, siendo sus modelos Civic y Accord importados los próximos años.

FIAT AUTOMOVILES VENEZUELA,C.A.: Inició sus actividades en Venezuela en 1956 con la importación de automóviles de pasajeros y vehículos de Carga. Para 1977 FIAT contaba con una red de 24 concesionarios que se agremiaron creando la "Asociación Nacional de Concesionarios Fiat". En la década de 1981 a 1991 lanzó sus modelos 147 CL, 131 SPAZIO con el que la marca

contribuyó a cambiar la mentalidad del consumidor hacia el uso del carro pequeño. En Octubre de 1992 amplió su mercado natural con el lanzamiento de sus productos en el mercado de la República de Colombia. Pero , en el año de 1999 cesó sus operaciones industriales en su planta ubicada en la Victoria, que según rumores se debió a cuantiosas pérdidas , cancelando el ensamblaje del modelo "Marea" del cual se produjo una corta serie. Actualmente sus oficinas "comercializadoras" se encuentran en Caracas, con una estructura propia de una empresa dedicada a la importación y comercialización de vehículos.

CHRYSLER MOTORS DE VENEZUELA, S.A[37].: En 1949, un grupo local de Distribuidores Chrysler constituyen la Compañía Ensamblaje Venezolana, S.A.. En 1968 CHRYSLER DE VENEZUELA construye una planta de ensamblaje en Valencia, para ese momento la más moderna de su tipo. En ese mismo año *Financial Corporation* adquiere el 60 por ciento de la propiedad de FINALVEN a fin de que la compañía financiera de ventas más grande de Venezuela gerenciara de forma exclusiva el financiamiento de ventas de vehículos CHRYSLER. En 1987 CHRYSLER CORPORATION adquiere AMERICAN MOTORS COMPANY, en 1990 JEEP DE VENEZUELA se convierte en CHRYSLER MOTORS DE VENEZUELA y comienza a ensamblar nuevamente vehículos de pasajero. En el año 2000, invirtieron US$ 40 MM para el lanzamiento de los vehículos Neón, Cherokee y Grand Cherokee.

TOYOTA DE VENEZUELA,C.A.: En el año de 1957 se constituye la empresa C.A. TOCARS e inicia la distribución en Venezuela de los vehículos Toyota. En 1981 C.A.TOCARS inaugura su propia planta de ensamblaje en la ciudad de

[37] A partir del año 2001, Chrysler Corporation USA, se fusiona con Daimler Benz (Mercedes Menz) de Alemania a nivel Mundial, denominándose a partir de ese momento Daimler Chrysler.

Cumaná. En 1983 se produce la unidad 100.000 y en 1986 se inicia la producción de vehículos de pasajeros Corolla En 1989 TOYOTA MOTORS CORPORATION pasa a ser socio de C.A.TOCARS al adquirir una participación accionaria de la empresa. En los primeros meses del año 1992, se produce la unidad 200.000. En noviembre de este año C.A.TOCARS cambia su razón social a TOYOTA DE VENEZUELA, C.A. En 1996 entraron a competir en el segmento de vehículos "Comerciales Livianos" con el Modelo Hilux y en 1999 abrió paso al Yaris y a la Prado. Continuamente TOYOTA DE VENEZUELA se encuentra reactivando sus planes de inversión y crecimiento.

FIGURA N° 5: Localización de las ensambladoras venezolanas a lo largo de su territorio nacional.
FUENTE: Anuario Estadístico CAVENEZ.

III.2.2.-COLOMBIA.

III.2.2.1.-EVOLUCION DEL SECTOR AUTOMOTOR.

El Sector Automotor Colombiano constituye uno de los sectores más importantes dentro de la producción bruta de la industria manufacturera. Para 1990 en Colombia se aplicó una ***Política de Apertura a las Importaciones*** y de liberación de controles de su economía, con la finalidad de impulsar sus niveles de competitividad en su aparato productivo, a través de la introducción de cambios tecnológicos, que junto a las ventajas comparativas del país permitiera una mejor inserción de las exportaciones colombianas en los mercados internacionales. Desde el período antes del Proceso de Apertura, el mercado de vehículos de Colombia contaba con tres ensambladoras de automóviles: SOFASA, COLMOTORES Y LA COMPAÑIA COLOMBIANA AUTOMOTRIZ (CCA), dado los altos niveles de protección que existía y una completa reglamentación por parte del Estado. Pero, a partir de la apertura de su mercado, fue capaz de competir bajo las nuevas condiciones que existía, alcanzando estas tres empresas un crecimiento en sus ventas junto a mayores ganancias.

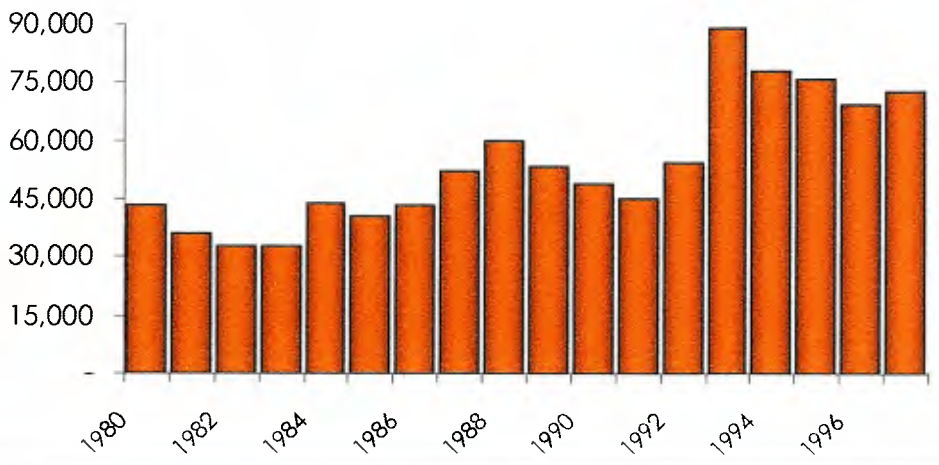


GRAFICO N° 11: Evolución de las ventas por parte de las Ensambladoras Colombianas antes y después de la apertura de su mercado. Expresado en unidades.
FUENTE: Anuario Estadístico ACOLFA.

Este comportamiento se evidenció porque el Estado, para el momento de la apertura poseía una reglamentación de la actividad de ensamble de automotores que evitara el abuso de las grandes ensambladoras en un mercado pequeño, y además lograr que esta protección permitiera el desarrollo de la industria nacional. Entre las medidas que comprendía esta Reglamentación se encontraban:

a.- Una Lista de los Componentes de Producción Nacional que se debía incorporar en cada modelo ensamblado en el país, establecido anualmente por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

b.- Cada ensambladora podía producir un máximo de tres modelos, con una permanencia en el mercado de mínimo tres años.

c.- La SIC exigía que para el mes de Noviembre cada empresa ensambladora le comunicara el programa de producción del año siguiente, comprometiéndose además a cumplirlo.

d.- Los precios de los vehículos estaban sujetos a libertad vigilada.[38]

Pero con el desarrollo del proceso de apertura, esta reglamentación se eliminó y la integración de componentes locales se dió solo en función de sus costos. El Ministro de Desarrollo Económico de Colombia[39] redujo los controles aplicados al Sector Automotor, a través de revisiones en la estructura arancelaria, así como la eliminación de licencias previas a la importación de vehículos. Las ensambladoras tradicionales pudieron resistir la competencia generada por el proceso de apertura gracias a su alto conocimiento del mercado y un proceso de ampliación de redes de distribución, además de surtir la gama de bienes ofrecidos con vehículos

[38] PEREZ, W., Garrido, C. y otros. Grandes empresas y grupos industriales latinoamericanos. Pág. 374.
[39] Según Leon, Audelia y Thayde Olarte. *La Ind.Automotriz venezolana y la integración con Colombia.*

provenientes de la casa matriz; también la estrategia de conceder facilidades de créditos, influyó en la expansión de la demanda por vehículos.

A través de los Procesos de Apertura Comercial, se fueron rebajando las tarifas arancelarias, el cual se aceleró a través de las negociaciones en el marco de la Comunidad Andina, hasta que con el Convenio de Complementación Industrial Automotor se fijó aranceles externos comunes.

III.2.2.2.-LAS ENSAMBLADORAS COLOMBIANAS.

COLMOTORES (subsidiaria de General Motors): Es la Ensambladora más grande de Colombia. Su planta se encuentra ubicada en Bogotá y tiene cuarenta distribuidores y vendedores a lo largo de todo el país.. Produce cincuenta y nueve modelos y sus variantes de vehículos, entre ellos: Sprint, Swift, Steem, Corsa, Chevi, Samurai, Trooper, Crew, Luv, Carrivan.

LA COMPAÑIA COLOMBIANA AUTOMOTRIZ (CCA) (Subsidiaria de Mazda): Su planta se localiza en Bogotá con una cobertura de treinta y ocho distribuidores a lo largo del país. Ensambla treinta y cuatro modelos y sus variantes Mazda, así como pequeños camperos, mini- buses, entre otros.

SOFASA (Subsidiaria de Renault[40]): "La Sociedad de Fabricación de Automotores S.A" se estableció en Colombia en 1969. Durante casi dos décadas tuvo el monopolio de la producción de automóviles en el país, produciendo de 15.000 a 20.000 vehículos por año. Meses antes de la apertura, el gobierno (quien

[40] En principio ha sido siempre subsidiaria de Renault, las marcas importadas Toyota y Land Cruiser se establecieron posteriormente a través de la ensambladora nacional.

era parte de los accionistas de esta empresa junto con la empresa francesa Renault) vendió su participación accionaria, que fue adquirida por la Regié Renault. Mas adelante, en 1992, vende la mayoría de sus acciones, siendo adquiridas por empresas como el grupo Santo Domingo, Toyota y Mitsuri, situación que creo conflicto en torno a los trabajadores, por lo que en la década de los noventa los vehículos producidos por esta ensambladora salieron con defectos de montaje, perdiendo la confianza de sus clientes y su participación en el mercado. Es por esta razón, que para el momento de la apertura GM-Colmotores y CCA aprovecharon la situación para ampliar la gama de productos ofrecidos.

Su planta se localiza en Medellín y fabrica automóviles Renault, rústico Toyota Hi- Lux y Land Cruiser. Tiene 26 comerciales/ distribuidores de vehículos Renault y 18 distribuidores de Toyota.

III.2.3.-ECUADOR.

III.2.3.1.-EVOLUCION DEL SECTOR AUTOMOTOR.

Antes de 1969, Ecuador contaba con una sola empresa ensambladora de automóviles que estaba vinculada con General Motors Company. Es a partir de su ingreso en el Pacto Andino cuando comenzó a desarrollarse de forma dinámica su sector automotor, impulsándose a través de políticas de industrialización e integración regionales.

Mas adelante, en el año 1983 se ejecutaron políticas proteccionistas con respecto a la importación de automóviles y se instaló una subsidiaria de Volkswagen en el país. La protección se basó esencialmente en prohibir la importación de vehículos ya armados o montados, dejando libre la entrada sólo de los vehículos totalmente desmontados. Esta prohibición no tuvo una posición fuerte, relajándose entre 1985 y 1987, pero se mantuvo los aranceles elevados. También se inició el desarrollo de un programa de fabricación de vehículos de bajo costo, conocido como "carro popular", ensamblados en el país, que posteriormente se clausuró en 1991. A partir de este momento Ecuador inició sus exportaciones de vehículos ensamblados hacia los miembros del Grupo Andino.

Continuando con su desarrollo, yá para 1997 se llegó a ensamblar 24.957 vehículos y sus exportaciones cuyo principal destino fué Colombia crecieron durante estos años (exportaron 6.340 vehículos anuales en 1996 y 7.930 en 1998).

En el año 2000 con el objetivo de incentivar la competencia en el sector se propuso ensamblar "vehículos populares", específicamente taxis y autobuses.

III.2.3.2.-LAS ENSAMBLADORAS ECUATORIANAS.

Sus ensambladoras se dedican al montaje de automóviles de pasajeros, camionetas, vehículos de doble tracción o rústicos, station wagon, autobuses y camiones.

Ecuador, a pesar de ser el país más pequeño en términos del volúmen de producción entre los países ensambladores de la Comunidad Andina, tiene la quinta empresa más grande de la región establecida en su territorio, Omnibus BB.

OMNIBUS BB: Empieza sus operaciones en 1975 fabricando autobuses y en 1980 amplia un poco su producción ensamblando vehículos de doble tracción y camionetas en 1981.

En 1995 GM – OBB contribuyó con el país generando casi 800 "plazas" de trabajo en sus instalaciones 780 empleos en sus concesionarios y aproximadamente 3000 personas entre sus proveedores.

OMNIBUS BB empieza a operar como empresa fusionada entre GENERAL MOTORS DEL ECUADOR y OMNIBUS. B.B. en el año 1998, dedicándose a la fabricación y comercialización de vehículos de alta calidad, dando inicio a una empresa de mayor proyección internacional, además de alcanzar una alta participación de mercado dentro de la Corporación General Motors.

AYMESA: Es una de las empresas ensambldoras mas antiguas del sector automotor de Ecuador, iniciando sus actividades en 1973 con la producción de vehículos de pasajeros, ampliando poco a poco sus modelos como: Andino, Condor, Gacela, Chevrolet Hatch, hasta que en 1983 empieza con el montaje de camionetas. Sucesivamente a continuado con sus actividades de ensamblaje, pero a finales de la década de los noventa a modificado su patrón de producción, dejando de ensamblar vehículos de los segmentos "pasajeros" y "camionetas", para dedicarse al montaje de vehículos de "doble tracción".

MARESA: Es a partir de 1980 cuando forma parte de las ensambladoras ecuatorianas, dedicándose totalmente a la producción de camiones Fiat y Mack., actividad que perdura sólo dos años, volviéndo a retomar esta actividad durante el año 1986. Más adelante, en 1988 decide ampliar el segmento de vehículos que ofrece a sus clientes, montando vehículos de pasajeros y camionetas.

COENANSA: Sus antecedentes nace del esfuerzo del Grupo Noboa, cuando incursiona en el año 1987 en el mercado automotriz ecuatoriano a través del programa "carro popular". Posteriormente, se firma un convenio entre las ensambladoras MARESA, FIAT y MOTORCON (comercializadora del Grupo Noboa), para acordar que MARESA importe los CKD's, ensamble los vehículos económicos Fiat Uno y entrege listos a MOTORCON para su comercialización y a ITALMOTOR más adelante.

Más adelante, ante las reformas aprobadas a la Ley de Fomento Automotriz que introducía limitaciones al monto en dólares a importar, la cantidad a producir, y al precio al cual vender surge la iniciativa de crear una nueva planta ensambladora COENANSA.

Es así como COENANSA nace en noviembre de 1991 y aunque es una de las ensambladoras más jóvenes del sector automotor ecuatoriano ya ha sobrepasado las expectativas en cuanto a su participación en el mercado automotriz. Sus actividades se iniciaron en una planta cuya construcción se inició en el mes de febrero de 1991, ensamblando inicialmente vehículos Fiat Premio. COENANSA a través de sus años de crecimiento, ha mejorado sus cuotas de producción, tanto en volumen como en variedad de modelos, alcanzando a desarrollar once modelos en apenas 3 años.

Entre sus vehículos de ensamblaje local se encuentra la Grand Vitara, Luv 2.21, Vitara 3p Básico. Entre los importados tenemos: Corsa, Esteem Sedan, Esteem Satation Wagon, Astra, Super Carry Pick Up, Cheyenne 4x4 AT, Blazer.

Omnibus BB, hoy es el líder del mercado automotor ecuatoriano, ensamblando y comercializando vehículos marca Chevrolet.

III.3.-ANALISIS DEL SUBSECTOR DE ENSAMBLADORAS:

III.3.1.ESTRUCTURA:

III.3.1.1.-Número de compradores, vendedores y la concentración del mercado.

En sector automotor, se caracteriza por poseer en el plano mundial una estructura de **mercado oligopólica**, donde aunque no existen muchas firmas es posible que exista rivalidad entre ellas porque cada una se fortalece con la diferenciación de productos, creando su propia identidad, de esta manera tienen la capacidad de influenciar los precios del mercado, además de poseer barreras ante la entrada de nuevos competidores.

Aunque en el ámbito general, las estructuras oligopólicas en términos del número de competidores en el mercado automotor pueden considerarse relativamente iguales, éstas tienden a mantener diferencias en función de sus economías de escala en relación a los costos que manejan y las tecnologías implementadas, que pueden perjudicar o contribuir al bienestar de la sociedad. Los países que cuentan con mercados reducidos (como es el caso de los países que se

analizan en este trabajo), posen niveles de producción y ventas que no son lo suficientemente grandes para mantener una continuidad tecnológica y desarrollar estrategias de producción.

En relación al número de compradores, este es numeroso y más aún despué de la firma del Convenio, considerando además que el consumidor renueva su vehículo cada cierto número de años, dependiendo del tipo de comprador, por ejemplo un cliente que recibe grandes ingresos tiene la característica de demandar carros exclusivos. También el comportamiento de la demanda de automóviles tanto a nivel nacional como para exportaciones, está influenciada por la política automotriz que exista, el ingreso percápita, costo del dinero, acceso al crédito, siendo ésta una de las vías más exitosas para reactivar el sector; el parque automotor disponible, el precio.

III.3.1.1.1.-Delimitación del Mercado Relevante:

Al hablar de Concentración Industrial, la cual representa una relación de Estructura, debemos referirnos a un Mercado Relevante muy concreto. La delimitación del Mercado Relevante debe realizarse en función del Mercado de Productos y el Mercado Geográfico.

Mercado de productos: Delimité el estudio enfocándome sólo en los vehículos que entran dentro de la Categoría 1: vehículos de pasajeros, rústicos, colectivos con una capacidad máxima de 16 personas o con un peso no mayor a 4.537 toneladas. Distinguiendo dentro de esta categoría los vehículos "Automóviles" o de pasajeros, Camperos o vehículos de Doble Tracción, y "Comerciales" o Camionetas Pick-Up con la finalidad de agrupar los vehículos que son competencia entre sí.

Mercado geográfico:

Los países integrantes de la Comunidad Andina firmantes del Convenio de Complementación Industrial Automotor: Venezuela, Colombia y Ecuador, concentran prácticamente mas del 99% de la producción de vehículos de la Comunidad. Aunque inicialmente (en la década de los noventa) Colombia y Venezuela mostraban una similar participación, esta ha ido diferenciándose aglutinando Venezuela más del 55%, Colombia el 34% y Ecuador el 10% del mercado de la Comunidad.

En el caso de Venezuela por ejemplo, el poder traer un carro de Colombia que compita en su mercado, hace que su mercado geográfico sea más grande, más amplio que el nacional.

Podemos sin embargo, hacer una abstracción del Mercado Geográfico relevante que nos interesa, para el análisis individual sería complejo tomar en cuenta todos los países o bloques comerciales que transan vehículos con Venezuela, Colombia y/o Ecuador, por lo que al analizar cada una de estas naciones por separado consideraremos sólo las importaciones y exportaciones que entre ellos se efectúan.

III.3.1.1.2-Participación de Mercado:

Un indicador importante de control del mercado, es el Market Share que tiene cada empresa, su participación de mercado y que además nos servirá para analizar posteriormente la conducta de las empresas.

A través del Market Share, obtendremos la participación de una empresa en la producción de su mercado local, es decir, el tamaño de cada empresa ensambladora en la producción total nacional.

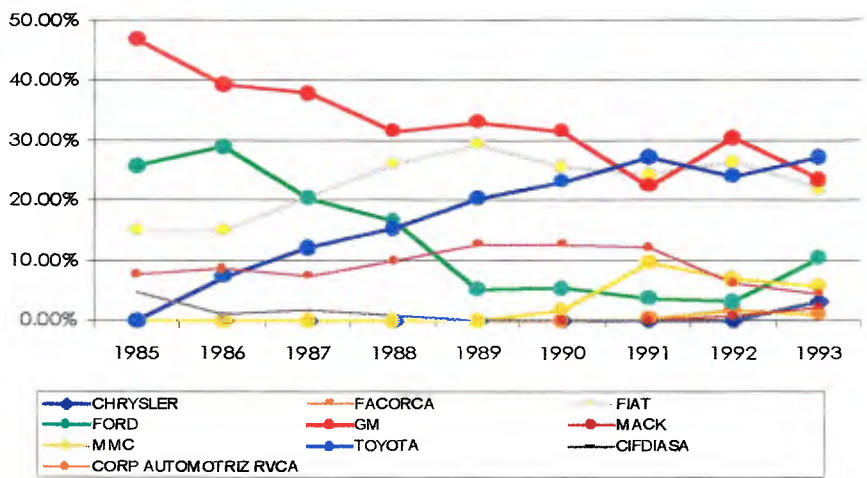
- Participación de Mercado de las Ensambladoras Venezolanas en su Mercado Local:

La participación de Mercado en la producción de cada una de las ensambladoras venezolanas en su mercado nacional, por tipo de vehículo, antes y después de la firma del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor era la siguiente:

Vehículos Pasajeros:

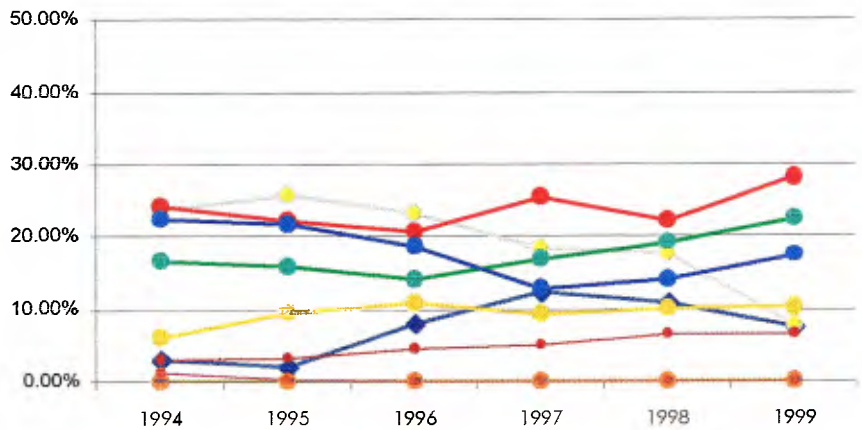
Ex-ante:

	CHRYSLER	FACORCA	FIAT	FORD	GM	MACK	MMC	TOYOTA	CIFDIASA	CORP AUTOM. RVCA
1985	0.00%	0.00%	14.97%	25.67%	46.88%	0.00%	0.00%	0.00%	4.75%	7.74%
1986	0.00%	0.00%	14.96%	28.88%	39.27%	0.00%	0.00%	7.14%	1.02%	8.73%
1987	0.00%	0.00%	20.43%	20.41%	37.92%	0.00%	0.00%	12.05%	1.78%	7.41%
1988	0.00%	0.00%	26.08%	16.55%	31.48%	0.00%	0.00%	15.22%	0.75%	9.92%
1989	0.00%	0.00%	29.17%	5.11%	32.82%	0.00%	0.00%	20.21%	0.00%	12.69%
1990	0.00%	0.00%	25.51%	5.55%	31.53%	0.00%	1.79%	22.99%	0.00%	12.62%
1991	0.00%	0.32%	24.37%	3.74%	22.32%	0.00%	9.68%	27.35%	0.00%	12.22%
1992	0.10%	1.81%	26.59%	3.14%	30.50%	0.75%	6.87%	24.10%	0.00%	6.14%
1993	3.19%	1.01%	22.12%	10.31%	23.59%	2.20%	5.79%	27.30%	0.00%	4.48%



Ex-post:

	CHRYSLER	FACORCA	FIAT	FORD	GM	MACK	MMC	TOYOTA	CIFDIASA	CORP AUTOM. RVCA
1994	3.02%	0.08%	23.60%	16.65%	24.05%	2.91%	5.99%	22.39%	0.00%	1.32%
1995	1.92%	0.03%	25.61%	15.85%	22.07%	3.18%	9.46%	21.56%	0.00%	0.32%
1996	8.16%	0.00%	23.22%	14.10%	20.56%	4.41%	10.93%	18.62%	0.00%	0.00%
1997	12.41%	0.00%	18.28%	16.73%	25.39%	5.14%	9.19%	12.87%	0.00%	0.00%
1998	10.69%	0.00%	17.63%	19.03%	22.01%	6.56%	9.97%	14.11%	0.00%	0.00%
1999	7.66%	0.00%	7.73%	22.47%	28.04%	6.43%	10.30%	17.38%	0.00%	0.00%



En el segmento de "vehículos pasajeros", General Motors ha sido la empresa ensambladora que se ha mantenido líder en la producción de vehículos en Venezuela, ya sea para destinarse al consumo nacional o para exportarse. Sin embargo en los años posteriores a 1993 disminuyó su Market Share desde un 46,88% que tenía en 1985 a un 28.04% en 1999 por el aumento en el volumen de producción de ensambladoras como la FORD a partir de 1996 y de TOYOTA en 1997.

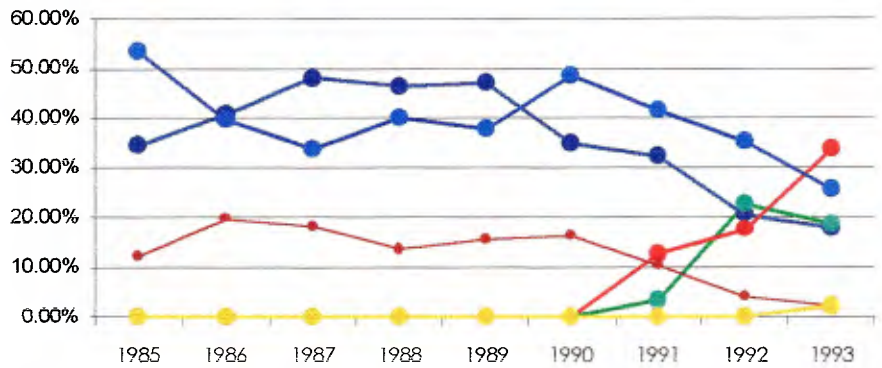
Para 1999 la participación de mercado de las ensambladoras nacionales en orden descendente era: GM (28,04%), FORD (22,47%), TOYOTA (17,38%), MMC

(10,30%). Esta última si modificó su comportamiento a partir de 1994 de forma notable, cambiando la tendencia a la baja que tuvo desde su introducción en este segmento de vehículos.

Vehículos Rústicos:

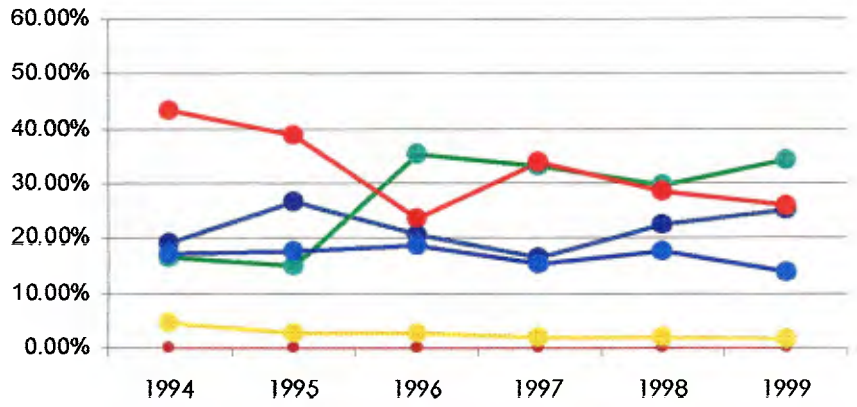
Ex-ante:

	CHRYSLER	FACORCA	FIAT	FORD	GM	MACK	MMC	TOYOTA	CIFDIASA	CORP AUTOM. RVCA
1985	34.50%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	12.08%	0.00%	53.42%	0.00%	0.00%
1986	40.66%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	19.62%	0.00%	39.71%	0.00%	0.00%
1987	48.21%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	17.98%	0.00%	33.81%	0.00%	0.00%
1988	46.24%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	13.66%	0.00%	40.10%	0.00%	0.00%
1989	46.87%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	15.53%	0.00%	37.60%	0.00%	0.00%
1990	34.86%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	16.44%	0.00%	48.70%	0.00%	0.00%
1991	32.04%	0.00%	0.00%	3.32%	12.65%	10.36%	0.00%	41.63%	0.00%	0.00%
1992	20.51%	0.00%	0.00%	22.64%	17.51%	4.13%	0.00%	35.21%	0.00%	0.00%
1993	17.89%	0.00%	0.00%	18.67%	33.68%	2.08%	2.23%	25.45%	0.00%	0.00%



Ex-post:

	CHRYSLER	FACORCA	FIAT	FORD	GM	MACK	MMC	TOYOTA	CIFDIASA	CORP AUTOM. RVCA
1994	18.88%	0.00%	0.00%	16.39%	43.15%	0.00%	4.60%	16.98%	0.00%	0.00%
1995	26.60%	0.00%	0.00%	14.86%	38.68%	0.00%	2.57%	17.30%	0.00%	0.00%
1996	20.41%	0.00%	0.00%	35.20%	23.45%	0.00%	2.47%	18.47%	0.00%	0.00%
1997	16.50%	0.00%	0.00%	33.07%	33.62%	0.00%	1.75%	15.06%	0.00%	0.00%
1998	22.22%	0.00%	0.00%	29.73%	28.61%	0.00%	2.01%	17.43%	0.00%	0.00%
1999	25.07%	0.00%	0.00%	34.09%	25.66%	0.00%	1.49%	13.69%	0.00%	0.00%



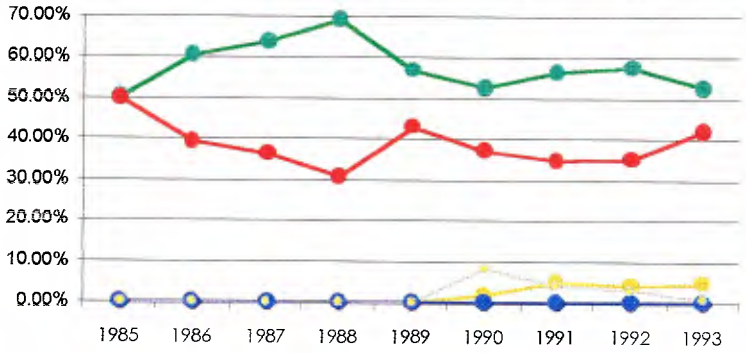
Las empresas ensambladoras tradicionales de este segmento de vehículo han sido CHRYSLER DE VENEZUELA Y TOYOTA DE VENEZUELA. GENERAL MOTORS entró en este mercado en 1991, alcanzando su mayor participación en 1994, con un MkT de 43,15%, sin embargo su posición descendió en 1996 cuando FORD logra producir 5.965 unidades contra 3973 unidades de GM.

Para 1999 la participación de mercado de las ensambladoras nacionales en orden descendente era: FORD (34,09%), GM (25,6%), CHRYSLER(25,07%). En este segmento fué CHRYSLER quien cambio su tendencia a la baja que tuvo desde 1989, aunque no de forma muy marcada.

Vehículos Comerciales Livianos::

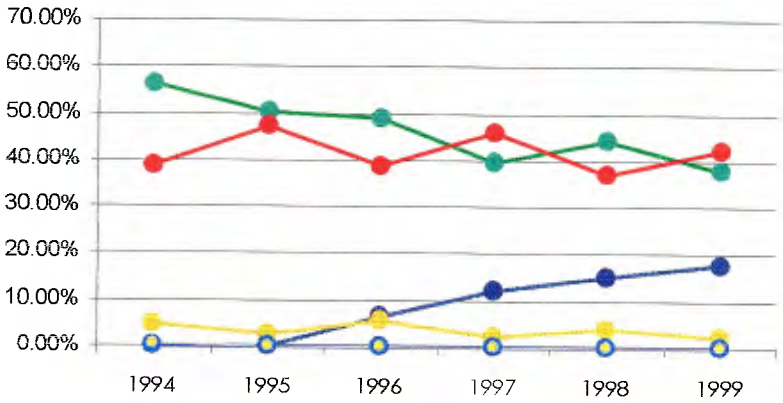
Ex-ante:

	CHRYSLER	FACORCA	FIAT	FORD	GM	MACK	MMC	TOYOTA	CIFDIASA	CORP AUTOM. RVCA
1985	0.00%	0.00%	0.00%	50.21%	49.79%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1986	0.00%	0.00%	0.00%	60.54%	39.46%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1987	0.00%	0.00%	0.00%	63.70%	36.30%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1988	0.00%	0.00%	0.00%	69.24%	30.76%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1989	0.00%	0.00%	0.00%	57.04%	42.96%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
1990	0.00%	0.00%	8.26%	52.68%	37.26%	0.00%	1.80%	0.00%	0.00%	0.00%
1991	0.00%	0.00%	4.05%	56.44%	34.61%	0.00%	4.91%	0.00%	0.00%	0.00%
1992	0.00%	0.00%	2.86%	57.81%	35.18%	0.00%	4.14%	0.00%	0.00%	0.00%
1993	0.00%	0.00%	0.94%	52.64%	42.03%	0.00%	4.39%	0.00%	0.00%	0.00%



Ex-post:

	CHRYSLER	FACORCA	FIAT	FORD	GM	MACK	MMC	TOYOTA	CIFDIASA	CORP AUTOM. RVCA
1994	0.00%	0.00%	0.44%	56.30%	38.68%	0.00%	4.58%	0.00%	0.00%	0.00%
1995	0.00%	0.00%	0.00%	50.06%	47.40%	0.00%	2.54%	0.00%	0.00%	0.00%
1996	6.31%	0.00%	0.00%	49.16%	38.81%	0.00%	5.71%	0.00%	0.00%	0.00%
1997	12.04%	0.00%	0.00%	39.64%	46.02%	0.00%	2.30%	0.00%	0.00%	0.00%
1998	15.01%	0.00%	0.00%	44.13%	37.03%	0.00%	3.83%	0.00%	0.00%	0.00%
1999	17.74%	0.00%	0.00%	37.61%	42.29%	0.00%	2.36%	0.00%	0.00%	0.00%



El caso de los vehículos "comerciales livianos" es distinto, ya que ha contado con la participación de pocas empresas ensambladoras. Inicialmente ensamblaban vehículos comerciales livianos sólo FORD y GM , quienes se han mantenido compitiendo entre ellos por aumentar su participación de mercado en este segmento. Aunque se incorporaron TOYOTA, MMC y FIAT en este mercado, no lograron obtener una participación mayor al 6%, tan sólo CHRYSLER quien se incorporó en 1996, ha mantenido hasta el año 1999 una tasa de participación con tendencia a continuar elevándose.

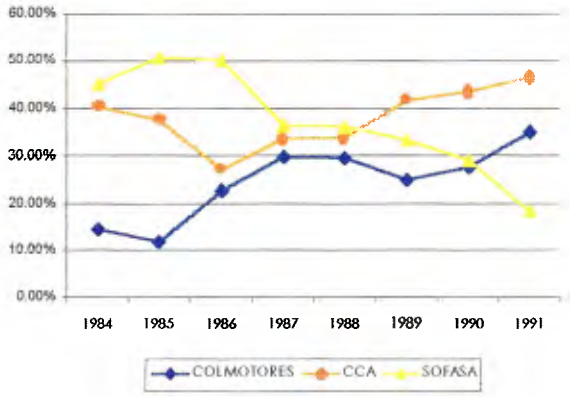
- Participación de Mercado de las Ensambladoras Colombianas en su Mercado Local:

La participación de Mercado en la producción de cada una de las ensambladoras colombianas en su mercado nacional, por tipo de vehículos, antes y después de la firma del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor es la siguiente:

Vehículos Pasajeros:

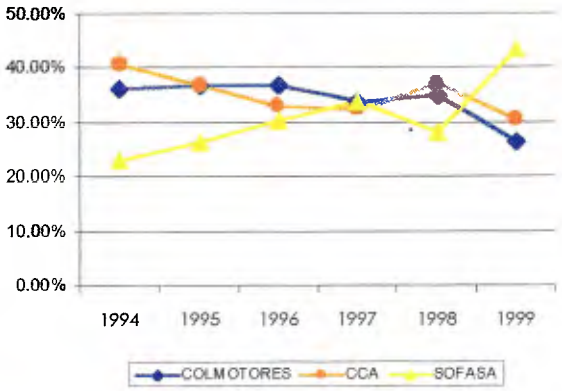
Ex-ante:

	Colmotores	CCA	Sofasa
1984	14.60%	40.20%	45.20%
1985	11.89%	37.54%	50.57%
1986	22.78%	27.11%	50.11%
1987	29.88%	33.58%	36.54%
1988	29.72%	34.10%	36.18%
1989	24.85%	41.75%	33.40%
1990	27.63%	43.44%	28.93%
1991	35.20%	46.53%	18.27%



Ex-post:

	Colmotores	CCA	Sofasa
1994	36.29%	40.76%	22.95%
1995	36.78%	36.85%	26.37%
1996	36.94%	32.92%	30.14%
1997	33.85%	32.41%	33.74%
1998	34.88%	37.07%	28.04%
1999	26.23%	30.42%	43.35%

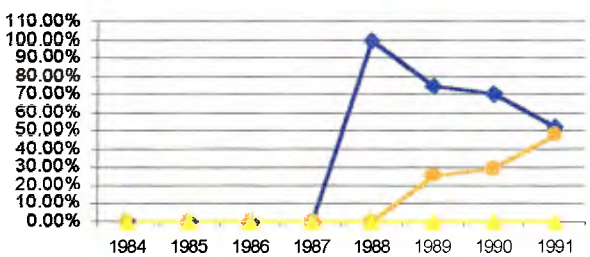


SOFASA ha sido la empresa ensambladora que hasta 1993 se dedicó totalmente al montaje de vehículos pasajeros. Luego, con la firma del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, esta empresa pudo mejorar su desenvolvimiento, cambiando su tendencia que entre 1984 y 1993 había producido una disminución de su Market Share en 26,93 ptos. Desde 1994 COLMOTORES y CCA han mantenido un comportamiento similar, alcanzando una participación en 1999 de 30.42% y 26.23% respectivamente.

Vehículos Rústicos:

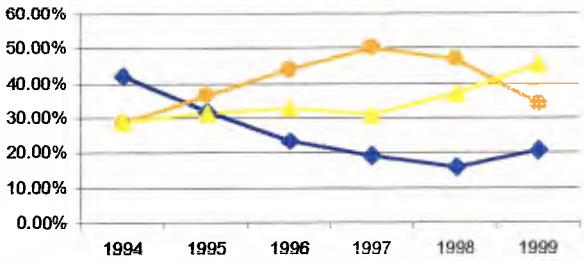
Ex-ante:

	Colmotores	CCA	Sofasa
1984	0.00%	0.00%	0.00%
1985	0.00%	0.00%	0.00%
1986	0.00%	0.00%	0.00%
1987	0.00%	0.00%	0.00%
1988	100.00%	0.00%	0.00%
1989	74.76%	25.24%	0.00%
1990	70.29%	29.71%	0.00%
1991	52.01%	47.99%	0.00%



Ex-post:

	Colmotores	CCA	Sofasa
1994	42.26%	28.58%	29.17%
1995	31.84%	36.70%	31.46%
1996	23.29%	43.95%	32.76%
1997	19.06%	50.08%	30.86%
1998	15.92%	46.98%	37.10%
1999	20.42%	34.24%	45.34%



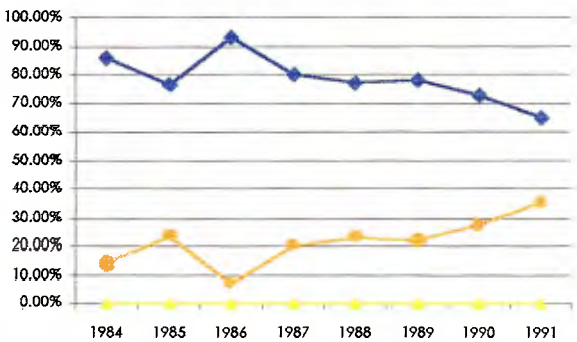
A partir de 1994 cambia notablemente el comportamiento de las empresas ensambladoras de vehículos rústicos en el mercado colombiano. En 1988 COLMOTORES se perfilaba como la única ensambladora nacional que producía este tipo de vehículos, sin embargo con la incorporación de CCA en este mercado, COLMOTORES empezó a perder participación, alcanzando ambas a obtener casi el mismo Market Share en 1991: CCA (47,99%) y COLMOTORES (52,01%).

A partir de 1994 las tres ensambladoras COLMOTORES, CCA y SOFASA mantienen una participación activa en este segmento, compitiendo año tras año para lograr obtener la mayor participación de mercado.

Vehículos Comerciales Livianos:

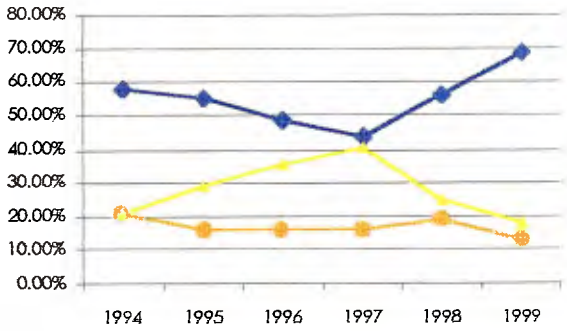
Ex-ante:

	Colmotores	CCA	Sofasa
1984	86.03%	13.97%	0.00%
1985	76.76%	23.24%	0.00%
1986	93.31%	6.69%	0.00%
1987	79.98%	20.02%	0.00%
1988	77.14%	22.86%	0.00%
1989	78.27%	21.73%	0.00%
1990	72.46%	27.54%	0.00%
1991	64.85%	35.15%	0.00%



Ex- post:

	Colmotores	CCA	Sofasa
1994	58.19%	20.72%	21.09%
1995	55.17%	15.81%	29.02%
1996	48.48%	16.02%	35.51%
1997	43.78%	15.80%	40.43%
1998	56.33%	18.71%	24.96%
1999	69.05%	13.21%	17.73%



En el segmento de comerciales livianos, COLMOTORES ha sido la empresa líder en la producción de este tipo de vehículos, manteniendo este comportamiento aún después de la firma del Convenio y la entrada de SOFASA en este segmento de vehículos.

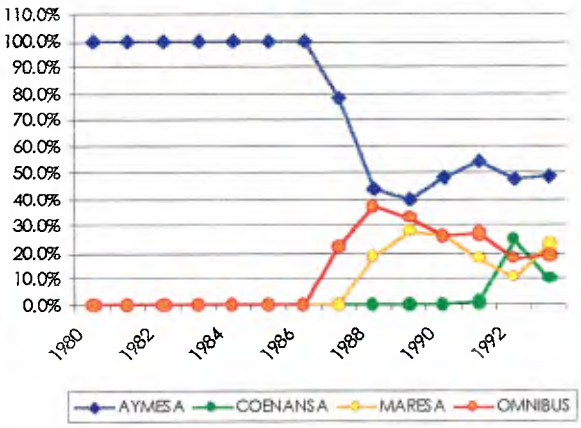
Para 1999 la participación de mercado de las ensambladoras nacionales en orden descendente era: COLMOTORES (69,05%), SOFASA (17,73%) y CCA (13,21%).

- Participación de Mercado de las Ensambladoras Ecuatorianas en su Mercado Local:

Vehículos Pasajeros:

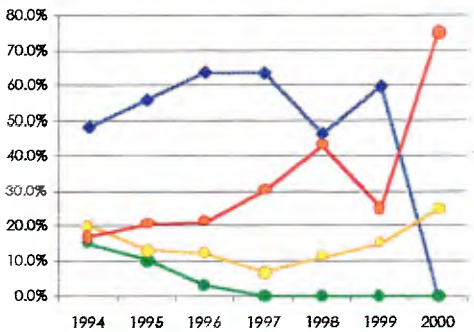
Ex-ante:

	AYMESA	COENANSA	MARESA	OMNIBUS BB
1980	100.0%			0.0%
1981	100.0%			0.0%
1982	100.0%			0.0%
1983	100.0%			0.0%
1984	100.0%			0.0%
1985	100.0%			0.0%
1986	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
1987	78.1%	0.0%	0.0%	21.9%
1988	44.2%	0.0%	18.2%	37.6%
1989	39.8%	0.0%	27.6%	32.6%
1990	48.1%	0.0%	26.1%	25.8%
1991	54.3%	1.2%	17.4%	27.1%
1992	47.5%	24.6%	10.3%	17.6%
1993	48.8%	9.5%	22.8%	18.9%



Ex-post:

	AYMESA	COENANSA	MARESA	OMNIBUS BB
1994	48.3%	15.0%	20.0%	16.7%
1995	56.0%	10.4%	13.1%	20.4%
1996	63.8%	3.1%	12.2%	21.0%
1997	63.3%	0.0%	6.8%	29.9%
1998	46.1%	0.0%	11.1%	42.9%
1999	59.8%	0.0%	14.9%	25.3%
2000	0.0%	0.0%	24.7%	75.3%



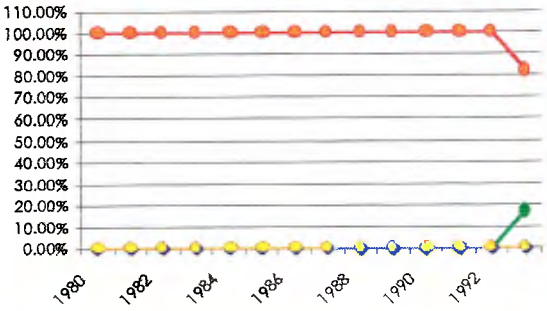
Hasta el año 1986 AYMESA era la única empresa que ensamblaba este tipo de vehículos. Posteriormente, en 1987 se incorpora OMNIBUS BB a la producción de vehículos pasajeros.

Con la firma del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, AYMESA y OMNIBUS BB son las empresas ensambladoras que logran ganar participación de mercado hasta 1999 cuando AYMESA se retira de este segmento, convirtiéndose OMNIBUS BB en la empresa con mayor MkT, compartiendo el mercado con MARESA quien logró en el 2000 una participación de mercado del 24,7%.

Vehículos Rústicos:

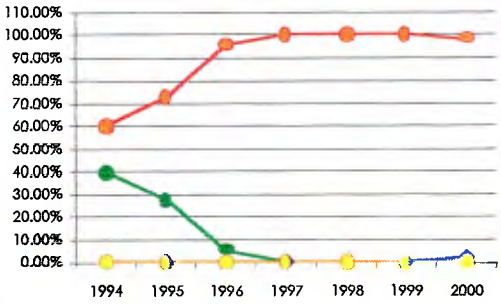
Ex-ante:

	AYMESA	COENANSA	MARESA	OMNIBUS BB
1980	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1981	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1982	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1983	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1984	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1985	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1986	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1987	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1988	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1989	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1990	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1991	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1992	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1993	0.00%	17.18%	0.00%	82.82%



Ex-post:

	AYMESA	COENANSA	MARESA	OMNIBUS BB
1994	0.00%	39.55%	0.00%	60.45%
1995	0.00%	27.10%	0.00%	72.90%
1996	0.00%	4.84%	0.00%	95.16%
1997	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1998	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
1999	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
2000	1.86%	0.00%	0.00%	98.14%



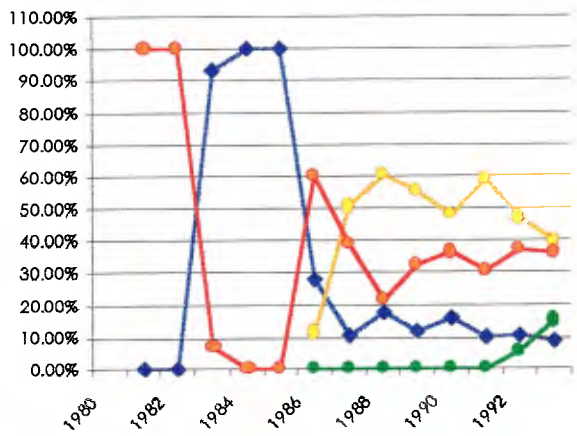
El mercado de vehículos rústicos lució distinto a cualquiera de los segmentos anteriormente analizados.

Tanto en 1980 como en el 2000, este tipo de vehículos terminó siendo ensamblados sólo por OMNIBUS BB (aunque hay que considerar que en el año 2000 inició AYMESA sus labores en este segmento). Fué sólo en los años cercanos a la fecha en que entró en vigencia en Convenio Automotor cuando COENANSA y OMNIBUSS se compartieron el mercado.

Comerciales Livianos:

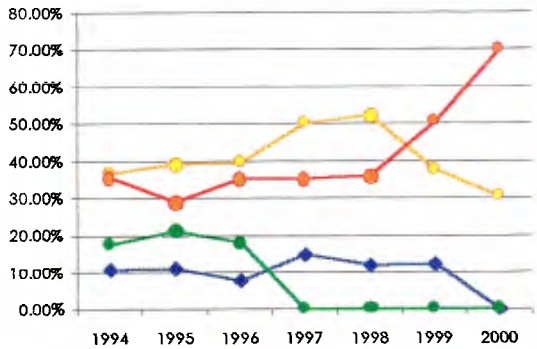
Ex-ante:

	AYMESA	COENANSA	MARESA	OMNIBUS BB
1980				
1981	0.00%			100.00%
1982	0.00%			100.00%
1983	93.38%			6.62%
1984	100.00%			0.00%
1985	100.00%			0.00%
1986	27.98%	0.00%	11.84%	60.18%
1987	10.29%	0.00%	50.93%	38.78%
1988	17.78%	0.00%	60.52%	21.69%
1989	11.93%	0.00%	55.53%	32.54%
1990	15.78%	0.00%	47.70%	36.52%
1991	10.09%	0.00%	59.07%	30.84%
1992	10.53%	5.42%	47.11%	36.94%
1993	8.69%	15.54%	39.77%	36.00%



Ex-post:

	AYMESA	COENANSA	MARESA	OMNIBUS BB
1994	10.57%	17.67%	36.36%	35.40%
1995	11.11%	21.09%	38.92%	28.87%
1996	7.77%	17.75%	39.45%	35.03%
1997	14.73%	0.00%	50.10%	35.17%
1998	11.83%	0.00%	52.29%	35.87%
1999	11.97%	0.00%	37.54%	50.50%
2000	0.00%	0.00%	30.27%	69.73%



El Market Share para la ensambladoras ecuatorianas dentro de este segmento fué cambiante durante la mayoría de los años analizados. Sólo se observó en OMNIBUS BB y MARESA un incremento en su participación de mercado a partir de 1994.

III.3.1.1.3.-Indice de Hirschman-Herfindhal:

Seguidamente, se calculó el Indice de HHI para inferir el grado de concentración entre las ensambladoras nacionales. Utilizamos este índice por ser una medida cumulativa, para lo que era necesario tener a disposición la mayor parte de la información referente a la producción o ensamblaje de vehículos de las ensambladoras nacionales.

- Ensambladoras Venezolanas:

PASAJEROS

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
HHI	0.32	0.27	0.25	0.23	0.25	0.24	0.21	0.23	0.20
HHI-1	3.2	3.7	4.0	4.4	4.0	4.2	4.8	4.3	5.1
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.20	0.17	0.17	0.17	0.20	0.17	0.14	0.11	0.11

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
HHI	0.20	0.20	0.17	0.17	0.16	0.19
HHI-1	5.1	5.1	5.8	5.9	6.2	5.4
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.11	0.11	0.14	0.14	0.14	0.14

RUSTICOS

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
HHI	0.42	0.36	0.38	0.39	0.39	0.39	0.30	0.25	0.25
HHI-1	2.4	2.8	2.6	2.5	2.6	2.6	3.3	4.0	4.1
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.20	0.20	0.17

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
HHI	0.28	0.27	0.26	0.27	0.26	0.27
HHI-1	3.6	3.7	3.9	3.7	3.9	3.7
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20

COMERCIALES LIVIANOS

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
HHI	0.50	0.52	0.54	0.57	0.51	0.42	0.44	0.46	0.46
HHI-1	2.0	1.9	1.9	1.7	2.0	2.4	2.3	2.2	2.2
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.33	0.25	0.25	0.33

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
HHI	0.47	0.48	0.40	0.38	0.34	0.33
HHI-1	2.1	2.1	2.5	2.6	2.9	3.0
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.33	0.33	0.25	0.25	0.25	0.25

La concentración industrial del sector automotor desde el punto de vista del volúmen de unidades producidas por las ensambladoras nacionales considerando sólo los vehículos correspondientes a la Categoría 1, mostró el siguiente comportamiento:

Para el segmento de "vehículos pasajeros", el nivel de concentración mostró una tendencia a la baja durante los años anteriores y posteriores a la fecha en que entró en vigencia el Convenio de Complementación Industrial Automotor" (1° enero de 1994), debido a que fué un segmento que contó con la participación de la mayoría de las ensambladoras nacionales.

La concentración en el segmento de vehículos "rústicos" disminuyó levemente en los años posteriores a 1993, por la incorporación al montaje en este segmento de ensambladoras que antes destinaban sus actividades a los vehículos pasajeros y comerciales livianos, como la Ford Motor, GM y MMC.

De forma similar se desarrolló la concentración en el segmento de "vehículos comerciales livianos", pasando a comportarse en un principio como un mercado en

el cual participan 2 empresas de igual tamaño, a uno donde actúan 3 empresas de igual dimensión.

- Ensambladoras Colombianas:

PASAJEROS

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
HHI	0.39	0.41	0.38	0.34	0.34	0.35	0.35	0.37
HHI-1	2.6	2.4	2.7	3.0	3.0	2.9	2.9	2.7
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
HHI	0.3505	0.3406	0.3357	0.3335	0.3378	0.3493
HHI-1	2.9	2.9	3.0	3.0	3.0	2.9
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33

RUSTICOS

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
HHI					1.00	0.62	0.58	0.50
HHI-1					1.0	1.6	1.7	2.0
Valor Máximo HHI=					1	1	1	1
Valos Minimo HHI=					1.00	0.50	0.50	0.50

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
HHI	0.3453	0.3350	0.3547	0.3824	0.3837	0.3645
HHI-1	2.9	3.0	2.8	2.6	2.6	2.7
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33

COMERCIALES LIVIANOS

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
HHI	0.76	0.64	0.88	0.68	0.65	0.66	0.60	0.54
HHI-1	1.3	1.6	1.1	1.5	1.5	1.5	1.7	1.8
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
HHI	0.43	0.41	0.39	0.38	0.41	0.53
HHI-1	2.3	2.4	2.6	2.6	2.4	1.9
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33

La estructura del sector automotor colombiano, en general muestra un grado de concentración distinto por tipo de producto: los vehículos "pasajeros" mantienen un nivel de concentración similar antes y después de la firma del Convenio. El comportamiento del mercado ha sido equivalente a un mercado donde participan 3 empresas de igual tamaño y dimensión, así su grado de concentración nos dá una señal para inferir que este mercado del segmento de pasajeros" se comporta como un oligopolio.

En el segmento de "vehículos rústicos", la concentración disminuyó de forma significativa, desplazándose de un comportamiento en donde actuaba 1 empresa (1988) a 2 empresas (1991) de igual tamaño en el mercado, hacia un mercado en donde participan 3 empresas (1994). Este último cambio se debió a la incorporación de TOYOTA a través de SOFASA, para ofrecer vehículos rústicos.

Para el caso de los vehículos "comerciales livianos", antes de la firma del Convenio se comportaba como un COLMOTORES puesto por 1-2 empresas similares , esto se debe a que para este período Colmotores lideraba la producción de vehículos Comerciales, mientras que SOFASA solo se dedicaba al ensamble de vehículos automóviles. Posteriormente, con la introducción de SOFASA al ensamble de vehículos comerciales, la concentración de mercado disminuyó, comportándose el mercado como si actuaran en él 2-3 empresas de igual dimensión. Sin embargo, a finales de la década de los noventa, COLMOTORES vuelve a liderizar su posición en el ensamblaje de vehículos COLMOTORES, observándose nuevamente una tendencia al alza en la concentración de mercado.

❑ Ensambladoras Ecuatorianas:

PASAJEROS

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
HHI	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HHI-1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
HHI	0.66	0.60	0.56	0.56	0.60	0.47	0.49
HHI-1	1.5	1.7	1.8	1.8	1.7	2.1	2.0
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.50	0.33	0.33	0.33	0.25	0.25	0.25

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
HHI	0.46	0.55	0.63	0.70	0.65	0.63	0.81
HHI-1	2.2	1.8	1.6	1.4	1.5	1.6	1.2
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.25	0.25	0.25	0.33	0.33	0.33	0.50

RUSTICOS

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
HHI	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HHI-1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
HHI	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	0.7154
HHI-1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.4
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.50

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
HHI	0.5218	0.6048	0.9079	1.0000	1.0000	1.0000	0.9636
HHI-1	1.9	1.7	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.5	0.5	0.5	1	1	1	0.5

COMERCIALES LIVIANOS

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
HHI		1.00	1.00	0.88	1.00	1.00	0.45
HHI-1		1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	2.2
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=		1.00	1.00	0.50	1.00	1.00	0.33

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
HHI	0.42	0.44	0.43	0.39	0.45	0.37	0.32
HHI-1	2.4	2.2	2.3	2.6	2.2	2.7	3.1
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33	0.25	0.25

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
HHI	0.30	0.29	0.32	0.40	0.42	0.41	0.58
HHI-1	3.3	3.4	3.2	2.5	2.4	2.4	1.7
Valor Máximo HHI=	1	1	1	1	1	1	1
Valos Minimo HHI=	0.25	0.25	0.25	0.33	0.33	0.33	0.50

En el caso del mercado ecuatoriano, el segmento de "vehículos pasajeros" su nivel de concentración fué disminuyendo a partir de 1987 con la incorporación de OMBIBUS BB además de AYMESA quien era la única empresa nacional ensambladora de este tipo de vehículos, en los años posteriores su nivel de concentración se mantuvo como si en el mercado actuaran dos empresas de igual tamaño.

El segmento de "vehículos rústicos" fué hasta 1993 un mercado que contaba con un solo actor nacional, con el Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor entra COENANSA a este segmento con la finalidad de aprovechar las ventajas de un mercado ampliado, aunque posteriormente se retira del sector automotor. De igual manera el segmento de "vehículos comerciales" aunque inicialmente contó con la participación de una sola empresa ensambladora nacional (OMNIBUS BB), a partir de 1986 disminuye de forma definida la concentración en

el mercado de este tipo de vehículos comportándose como si existieran de 2-3 empresas de igual magnitud, manteniéndose este comportamiento aún después de la entrada en vigencia del Convenio.

A través del Indice de concentración Industrial HHI se midió el poder de participación de sus actores en el mercado nacional. Pero además resulta conveniente medir el Grado de Desorden asociado a la Estructura de Mercado que presenta las ensambladoras establecidas en Venezuela, Colombia y Ecuador.

III.3.1.1.4.-Coeficiente de Entropía:

El Coeficiente de Entropía se relaciona con el Indice de Concentración Industrial (HHI), aunque se enfoque en el análisis del sector desde otra perspectiva. El coeficiente de entropía mide que tan desordenado es el mercado, la probabilidad de que un actor controle el mercado, que tenga la posibilidad de mantener un cliente a pesar de la incorporación de nuevos actores en el mercado. Mientras mayor sea el desorden (mayor coeficiente de Entropia), es menor la posibilidad de que un actor controle el mercado, y menor será el índice de concentración del mercado.

- Ensambladoras Venezolanas:

PASAJEROS:

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
E	0.58	0.63	0.67	0.68	0.64	0.67	0.72	0.71	0.79
Valor Máximo E=	0.70	0.78	0.78	0.78	0.70	0.78	0.85	0.95	0.95
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
E	0.76	0.75	0.80	0.80	0.82	0.78
Valor Máximo E=	0.95	0.95	0.85	0.85	0.85	0.85
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0

RUSTICOS

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
E	0.42	0.46	0.45	0.43	0.44	0.44	0.58	0.64	0.65
Valor Máximo E=	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.70	0.70	0.78
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
E	0.62	0.61	0.62	0.60	0.63	0.61
Valor Máximo E=	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0

COMERCIALES LIVIANOS

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
E	0.30	0.29	0.28	0.27	0.30	0.43	0.42	0.40	0.38
Valor Máximo E=	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.48	0.60	0.60	0.48
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
E	0.37	0.34	0.46	0.46	0.49	0.49
Valor Máximo E=	0.48	0.48	0.60	0.60	0.60	0.60
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0

Con el Coeficiente de Entropía nos mostró la misma situación que pudimos percibir con la utilización del Indice de Concentración Industrial. El Coeficiente de Entropía en el segmento de "vehículos pasajeros" se incrementó con el pasar de los años, mostrando que el grado de desorden del mercado aumentó. En relación a los "vehículos rústicos", el coeficiente de entropía se mantuvo constantemente elevado después de 1993. En los "comerciales livianos" aunque el coeficiente retrocedió desde 1994, en los últimos años de la década de los noventa tendió a incrementarse, como consecuencia de que CHRYSLER DE VENEZUELA y TOYOTA DE VENEZUELA empezara a participar en este segmento.

- Ensambladoras Colombianas:

PASAJEROS

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
E	0.44	0.42	0.45	0.48	0.48	0.47	0.47	0.45
Valor Máximo E=	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
E	0.47	0.47	0.48	0.48	0.47	0.47
Valor Máximo E=	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0

RUSTICOS

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
E					0.00	0.25	0.26	0.30
Valor Máximo E=					0.00	0.30	0.30	0.30
Valos Minimo E=					0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
E	0.47	0.47	0.48	0.48	0.47	0.47
Valor Máximo E=	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0

COMERCIALES LIVIANOS

	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
E	0.18	0.24	0.11	0.22	0.23	0.23	0.26	0.28
Valor Máximo E=	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999
E	0.42	0.43	0.44	0.44	0.43	0.36
Valor Máximo E=	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
Valos Minimo E=	0	0	0	0	0	0

Para el caso de los "vehículos pasajeros" concluimos de forma parecida que al utilizar el índice de Concentración HHI, el grado de desorden en este mercado es alto antes y después del Convenio, por lo que es elevada la incertidumbre de los

actores de conservar a un cliente. La probabilidad de que una de las ensambladoras nacionales controle el mercado en este segmento es baja. El mercado de los vehículos "rústicos" mostró un coeficiente de entropía diferente antes y después de la firma del Convenio. Para los años 1989-1991 existía un bajo grado de desorden, lo que implicó una alta concentración de mercado, causado por la producción de este segmento de vehículos por sólo 2 ensambladoras: primero Colmotores y luego CCA. Posteriormente, con la incorporación de SOFASA en el ensamble de este segmento de vehículos, el grado de desorden ha aumentó, disminuyendo paralelamente la concentración que caracterizaba este mercado.

De igual manera, observamos que en el segmento de los vehículos "comerciales livianos", antes de la firma del Convenio existía una mayor probabilidad a que un actor controlara el mercado, además que predominaba una alta concentración en ésta época. A partir de 1994 el grado desorden se elevó, lo que es equivalente a una disminución en la concentración de mercado, lo que implica un aumento de la competencia en este segmento de vehículos.

- Ensambladoras Ecuatorianas:

PASAJEROS

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
E	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor Máximc	0.00	0.30	0.30	0.30	0.00	0.00	0.00
Valos Minimc	0	0	0	0	0	0	0

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
E	0.23	0.45	0.47	0.46	0.45	0.54	0.53
Valor Máximc	0.30	0.48	0.48	0.48	0.60	0.60	0.60
Valos Minimc	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
E	0.55	0.50	0.42	0.36	0.42	0.41	0.24
Valor Máximc	0.60	0.60	0.60	0.48	0.48	0.48	0.30
Valos Minimc	0	0	0	0	0	0	0

RUSTICOS

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
E	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valor Máximo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Valos Minimo	0	0	0	0	0	0	0

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
E	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20
Valor Máximo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.30
Valos Minimo	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
E	0.29	0.25	0.08	0.00	0.00	0.00	0.04
Valor Máximo	0.30	0.30	0.30	0.00	0.00	0.00	0.30
Valos Minimo	0	0	0	0	0	0	0

COMERCIALES LIVIANOS

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
E		0.00	0.00	0.11	0.00	0.00	0.40
Valor Máximo E=		0.00	0.00	0.30	0.00	0.00	0.48
Valos Minimo E=		0	0	0	0	0	0

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
E	0.41	0.41	0.41	0.44	0.39	0.49	0.54
Valor Máximo	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48	0.60	0.60
Valos Minimo	0	0	0	0	0	0	0

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
E	0.56	0.56	0.54	0.43	0.42	0.42	0.27
Valor Máximo	0.60	0.60	0.60	0.48	0.48	0.48	0.30
Valos Minimo	0	0	0	0	0	0	0

El Coeficiente de Entropía en el mercado ecuatoriano lució de la siguiente manera:

Inicialmente, la estructura del segmento de vehículos pasajeros se encontraba siendo abastecido por una sola empresa ensambladora nacional, donde el grado de desorden era cero (si consideramos sólo los productores o ensambladores nacionales) AYMESA, posteriormente poco a poco se incrementó su nivel de

desorden a partir de 1987, en mayor medida en 1988 y 1991, éste último por la incorporación de COENANSA en este segmento, siendo durante los años 1991-1996 la probabilidad de mantener un cliente, baja.

En el segmento de "vehículos rústicos, el nivel de desorden fué diferente de cero, tan sólo en 1993-1996 y 2000, años en que el ensamblaje de estos vehículos fué realizado además por otras empresas distintas a OMNIBUSS BB. Los "comerciales livianos" mostraron un nivel sostenido de desorden, prácticamente desde 1986, aunque éste descendió en el año 2000 por el retiro de AYMESA en el montaje de este tipo de vehículos.

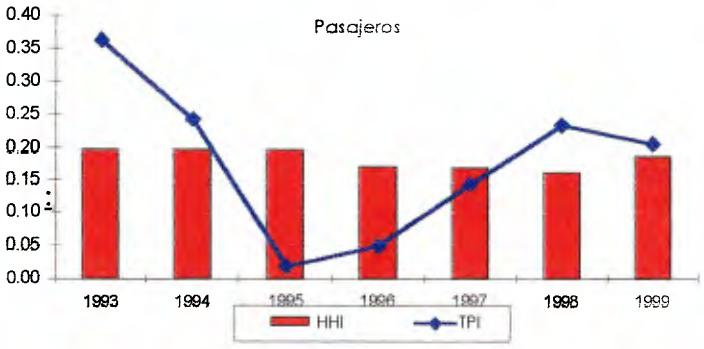
III.3.1.1.5.-Tasa de Penetración de Importaciones:

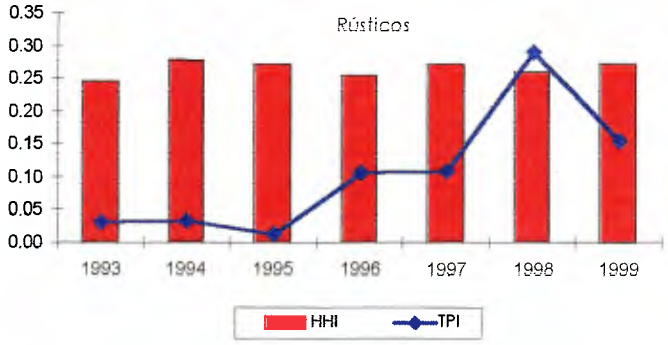
Al evaluar la concentración de la variable producción de las Ensambladoras nacionales, podríamos estar dejando de lado la participación de los competidores extranjeros en el mercado. La dinámica del sector automotor está abierto a la competencia internacional, por lo que debe incluirse la participación de mercado de los grupos de competidores industriales. La tasa de Penetración de Importaciones (TPI) nos muestra la proporción en que las importaciones abastecen el mercado nacional.

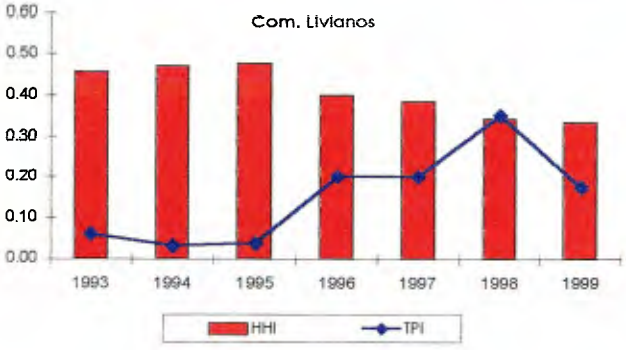
- Mercado Venezolano

TPI

	Pasajeros	Rusticos	Com. Livianos	TOTAL
1993	0.36	0.03	0.06	0.22
1994	0.24	0.03	0.03	0.16
1995	0.02	0.01	0.04	0.02
1996	0.05	0.11	0.20	0.10
1997	0.15	0.11	0.20	0.15
1998	0.23	0.29	0.35	0.24
1999	0.21	0.16	0.18	0.17



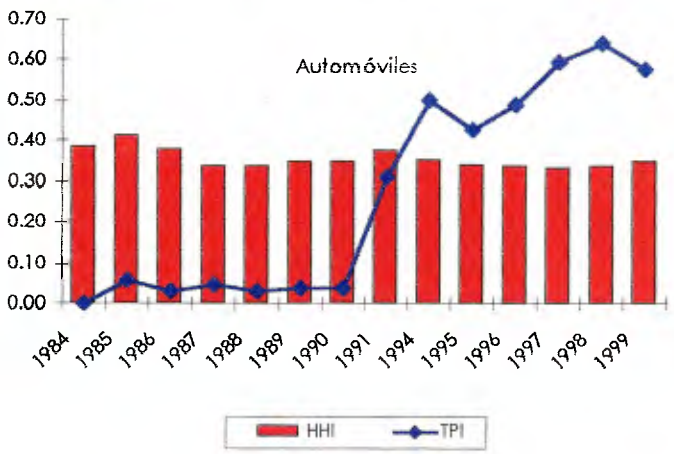


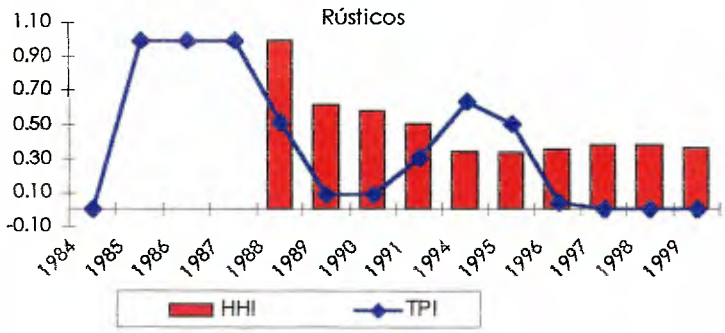


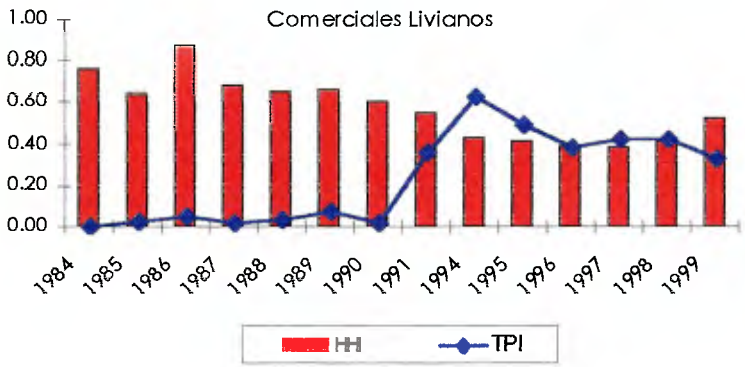
En el mercado venezolano notamos de forma general que la incorporación de las importaciones en relación al consumo aparente del mercado logró su mayor penetración en 1998, aunque en menor magnitud si lo comparamos con el impacto que tuvo la firma del Convenio de Complementación industrial del Sector Automotor en el mercado colombiano, cuyos efectos se mostraron inmediatamente en 1994. El porqué del rezago en la tasa de penetración de las importaciones en el mercado venezolano se debió a la situación económica que pasó Venezuela en 1994-1996 donde la tasa devaluacionista alcanzó niveles de 60, 71, y 64 por ciento junto a un deterioro de la capacidad adquisitiva del venezolano.

- Mercado Colombiano:

TPI	Pasajeros	Rústicos	Comerciales	TOTAL
1984				
1985	0.06	1.00	0.03	0.10
1986	0.03	1.00	0.05	0.10
1987	0.04	1.00	0.01	0.09
1988	0.03	0.52	0.03	0.09
1989	0.04	0.09	0.07	0.05
1990	0.04	0.09	0.02	0.04
1991	0.31	0.31	0.36	0.32
1994	0.50	0.64	0.62	0.55
1995	0.43	0.51	0.50	0.46
1996	0.49	0.04	0.38	0.43
1997	0.59	0.00	0.42	0.52
1998	0.64	-	0.42	0.55
1999	0.58	-	0.32	0.49







La Tasa de Penetración de Importaciones muestra una clara tendencia al alza como consecuencia del Acuerdo de Complementación Industrial del Sector Automotor, tanto para el segmento de vehículos "pasajeros", "rústicos" y "comerciales livianos". Esto puede significar, que cada vez el mercado doméstico esta siendo más abastecido desde afuera, haciéndonos pensar que los productos nacionales han perdido competitividad frente sus respectivos producidos en el exterior. Sin embargo, con la apertura hacia las importaciones la cual fué realizada con el fin de abrir el sector automotor al mundo y hacerla más competitiva, aunque existía el temor de que fuera arrasada por la competencia extranjera, hizo que las ensambladoras nacionales lograron ganar eficiencia, hecho que se observa en los gráficos de esta sección.

Aunque la Tasa de Penetración de Importaciones se eleva desde el año 1994, el grado de concentración entre las empresas nacionales mostró un comportamiento

distinto dependiendo del segmento de mercado al que nos estemos refiriendo. En el segmento de "vehículos de pasajeros" el cual siempre ha contado con la participación de tres empresas ensambladoras nacionales, el grado de concentración de su mercado en general se mantuvo aún después de la firma del Convenio, esto implica que ante un mercado más amplio, generó un aprovechamiento de las ensambladoras nacionales, mejorando su participación gracias a las exportaciones, fruto de la liberación subregional. Para 1999 se observa un leve aumento en el índice de concentración, como consecuencia de que SOFASA ganara participación de mercado en relación a sus competidores nacionales.[41]

En relación al segmento de "vehículos rústicos" , éste fué abastecido 100 por ciento por las importaciones desde 1984 hasta el año de 1988 cuando empezó a ofrecerse únicamente por la ensambladora COLMOTORES, ganando mercado que antes era cubierto por las importaciones desde terceros países. Seguidamente aunque yá para 1994 las tres ensambladoras nacionales producían este segmento de vehículos, la apertura comercial hizo que las importaciones captaran parte del mercado, hecho que duró algunos años, disminuyendo la tasa de penetración de manera drástica desde 1996.

El segmento de vehículos "Comerciales livianos" mostró un comportamiento similar al de "vehículos de pasajeros", con la variante de que antes de la firma del Convenio, era abastecido por dos empresas ensambladoras nacionales (mayor concentración en relación al volumen de producción) y posteriormente se unió SOFASA al ensamblaje de Comerciales livianos (menor concentración de mercado).

---

[41] Recordando que el Indice de Concentración Industrial (HHI) fué calculado para la variable "Producción", en términos de su volúmen.

Para el momento en que entró en vigencia el Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, el Estado conservó dentro de la política automotriz la obligación de incorporar un mínimo de valor agregado nacional en la producción de vehículos para mantener activo el sector autopartistas.

- Mercado Ecuatoriano:

Debido a que no fué posible obtener el volumen de importaciones totales realizadas por el mercado ecuatoriano por segmento de vehículos, no se realizaron los cálculos referente a la Tasa de Penetración de Importaciones para compararla con el Indice de Concentración Industrial que poseen el subsector nacional de ensambladoras.

III.3.1.2.- Barreras a la Entrada.

Las Barreras a la Entrada es una de los factores más importantes que existen en el subsector de las ensambladoras. Para establecerse una ensambladora de automóviles es necesario una gran inversión de capital. Según García, Elba (1998) "el monto del capital instalado representa una inversión fija de US$ 2.000 MM, cuya estructura del capital guarda relación con el origen de las casas matrices de las empresas instaladas en el país"(p. 19).

Además forma parte de las actividades de las ensambladoras, una mejora contínua en el desempeño de su producción, más aún cuando tiene a su disposición un mercado de mayor magnitud, como ocurrió para Venezuela, Colombia y Ecuador.

Cuantiosos son los aportes necesarios para el lanzamiento de nuevos vehículos, instalación o ampliación de plantas industriales, mejora y adaptación de los equipos de ensamblaje, la adquisición de maquinarias y herramientas.

Este tipo de inversiones ha colocado a las ensambladoras en una posición que les ha permitido ofrecer a sus clientes modelos de vehículos más recientes, fabricados con las más exigentes normas de calidad y respaldados por una extensa gama de red de concesionarios, servicios y repuestos.

Ejemplo de ello se vé a través de General Motors Venezolana,C.A. quien fue la empresa que más invirtió en su capital fijo entre las ensambladoras nacionales en 1996, 1997 y 1998 alcanzando el monto de US$ 165MM , US$51,5 MM y US$ 58,5 MM respectivamente.

La magnitud de estas inversiones impacta sobre el continuo desarrollo de la capacidad de ensamblaje, mejorando su producción de vehículos y la posibilidad de seguir incrementando las exportaciones. Todo esto se logra únicamente mediante planes de inversión que se prolongan en el tiempo y cubren mejoras en las plantas de ensamblaje y en el adiestramiento contínuo de su personal, desde obreros hasta profesionales.

III.3.1.3.-Estructura de Costo.

Debido al fenómeno de la especialización y por el mismo hecho de que las ensambladoras que estamos estudiando no se han enfocado en la producción de las partes necesarias para todo el proceso de ensamblaje de vehículos, ha sido necesario

que estas se provean de productores independientes, pero en el caso de los países firmantes del convenio tienen algunas limitantes que cumplir.

Para el ensamblaje de vehículos, el CKD es importado de las diferentes casas matrices, pero también los países integrantes de la Comunidad Andina han estado sujetos a cumplir anualmente con un porcentaje mínimo de compras subregionales, para inducir a un desarrollo del sector autopartista.

Ensambladoras Colombianas 1995-1999

	CCA	COLMOTORES	SOFASA	PCS Mínimo
1995	31.18%	34.10%	33.43%	30
1996	37.71%	35.81%	32.00%	30
1997	37.03%	36.57%	32.51%	32
1998	33.29%	36.10%	35.61%	33
1999	38.89%	34.47%	40.00%	33

Ensambladoras Venezolanas 1995-1999

	CHRYSLER MOTORS DE VENEZUELA,C,A.	FIAT AUTOMOVILES DE VENEZUELA,C.A.	FORD MOTORD DE VENEZUELA.	GENERAL MOTORS VENEZOLANA,C.A	MACK DE VENEZUELA,C.A.	MMC AUTOMOTRIZ,S.A	TOYOTA DE VENEZUELA,C.A.	PCS Mínimo
1995	35.59%	40.49%	34.66%	30.96%	24.45%	30.30%	34.63%	30
1996	36.11%	33.71%	30.58%	30.45%	30.03%	30.18%	34.90%	30
1997	32.49%	32.45%	32.36%	33.56%	32.00%	34.42%	32.00%	32
1998	35.23%	33.30%	35.14%	33.87%	33.00%	33.25%	35.49%	33
1999	33.88%	33.49%	33.45%	37.66%	33.28%	33.00%	36.43%	33

Ensambladoras Ecuatorianas 1995-1999

	AYMESA	COENANSA	MARESA	OMNIBUS BB	PCS Mínimo
1995	41%	41%	35%	36%	35
1996	45%	45%	41%	42%	40
1997	47%		46%	43%	40
1998	48%		49%	50%	40
1999	53%		60%	57%	40

(*) Empresas que no presentan porcentajes, no reportaron cumplimientos.

CUADRO N°1: **Cumplimiento del Porcentaje Mínimo de Integración (Categoría 1).** Medido en Porcentajes.
FUENTE: Manual Estadístico ACOLFA. Nº 20.

Así, la estructura de costos típica derivada de la actividad de ensamblaje se encuentra repartido en: valor de la materia prima, compra de componentes

nacionales y/o extranjeros, costos de mano de obra, sueldos y salarios, valor de la energía eléctrica, gastos de administración y ventas, manejo, logística y costos financieros. Las empresas de este sector a pesar de ser intensivas en capital, tienen un alto número de personas empleadas además de su capacidad generadora de empleos a través de los encadenamientos que se derivan en la industria automotriz.

Dada la estructura de los procesos de ensamblaje, en las ensambladoras colombianas el 70% de los costos totales está representado por los componentes CKD y 8% por partes nacionales, además de cargar con 6,3% de los costos de transformación o de fabricación, 2,5 % en los gastos de administración y ventas, 8% de flete, manejo y logística y costos financieros por 6%[42]. Es necesario reducir estos costos en cada uno de los procesos para mejorar el desempeño de las empresas ensambladoras.

III.3.1.4.-Integración Vertical.

La actividad de ensamblaje comprende básicamente tres etapas dentro de la Línea de Producción[43] para la fabricación de un vehículo: la referente al ensamblaje de subconjuntos, la pintura y el posterior montaje de las demás piezas que conforman el vehículo, como son las instalaciones eléctricas, el motor, entre otras. Este último proceso se realiza a partir del insumo denominado CKD (Completely Knocked Down)[44] junto a otros componentes de origen regional.

---

[42] Perez, Wilson. Grandes Empresas y Grupos Industriales Latinoamericanos. P.377.
[43] En la Sección de "Producción" será descrito con mayor detalle.
[44] Conformado por: la estructura de la carrocería desarmada sin pintura de acabado, chasis desarensamblado, tren motriz desensamblado.

Aunque a partir de la vigencia de "la política puesta en marcha a través del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor" las ensambladoras de los paises subregionales tienen la posibilidad de desarrollar sus propios componentes que son necesarios para el montaje de vehículos. Sin embargo, esta capacidad "potencial" que tienen las ensambladoras no se ha desarrollado. Adquieren a través de productores independientes los componentes y servicios que necesiten para su actividad, como el sistema de transmisión, motores, sistema de frenos, los servicios de mantenimiento, publicidad, reparación, selección y preparación del recurso humano. En los últimos años se ha puesto en práctica el outsourcing en aquellas actividades de la empresa que no constituyen parte del núcleo central de la operación. Si se utiliza un proveedor con experiencia y recursos, la empresa contratante puede beneficiarse de una ejecución ágil, con una reducción de costos totales y con un incremento en la productividad.

III.3.1.5.-Diferenciación de Productos.

Con la finalidad de incrementar la demanda de vehículos, las ensambladoras tienden a diferenciar sus productos, a través del ensamblaje de una variedad de modelos que se adapte a las diversas necesidades del consumidor. Con el tiempo, las ensambladoras venezolanas, colombianas y ecuatorianas han diversificado marcas, lo que les ha permitido desarrollarse, y además de haber sido capaz de abastecer en buena parte su mercado interno, su estructura le ha permitido salir a exportar sus productos.

El Parque Automotor:

El parque automotor que brindan las ensambladoras venezolanas, colombianas y ecuatorianas que forma parte de la Categoría 1 esta dividido en tres

segmentos fundamentales: vehículos de "pasajeros", llamados también "automóviles" en el parque automotor colombiano; vehículos "rústicos", doble tracción o camperos; y los "comerciales livianos" o camionetas.

Los vehículos montados por las ensambladoras se fundamentan en un "standard básico", sobre el cual pueden producirse diferentes **versiones** del mismo es decir, puede variarse el número de puertas, poseer o no aire acondicionado, diferenciar la cubierta de los asientos, etc; características que aunque parezcan pocos significativas hacen que en el consumidor aprecie un mismo producto como diferentes.

Las facilidades en el crédito, pueden también abrir la brecha entre productos, inclinando a los consumidores a adquirir y preferir ciertos vehículos a otros.

Un elemento de importancia que marcó una diferencia en el mercado automotor colombiano, fué la aplicación del IVA, donde su tasa de imposición era diferenciada dependiendo del tipo de vehículos a adquirir, para los vehículos menores a 1400 cc la tasa era de 20% y para los vehículos mayores a 1400cc la aplicación era de 35%,

Considerando todos estos elementos diferenciadores, el Convenio de Complementación Industrial Automotor, significa una ampliación del mercado para cada uno de los países firmantes del convenio, con la consiguiente variedad de opciones para el consumidor.

A través del análisis de la estructura del subsector de las ensambladoras, podemos presumir que estamos ante la presencia de un mercado oligopólico, donde

en líneas generales tiende a poseer una concentración industrial moderada posterior a la firma del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor. Antes, aunque algunos segmentos de vehículos eran producidos por una ensambladora en particular en cada uno de los países considerados, con la política de integración y complementariedad subregional se abrió la posibilidad de que las demás ensambladoras nacionales diversificaran sus productos dado que pasaban a tener a su disposición un mercado más amplio, con un a variedad más extensa en la preferencia de los consumidores.

III.3.2.- CONDUCTA.

A través de la estructura pudimos "presumir" al referirnos al subsector de ensambladoras que estamos al frente de un mercado oligopólico, sin embargo este acercamiento debe comprobarse con el análisis de la Conducta, apoyándonos en que aunque la estructura determina la conducta, a su vez la conducta puede influir sobre la estructura. La estructura por sí sola no tiene la suficiente potencia para inferir el **poder de mercado** de los actores involucrados en el análisis sectorial. La conducta o estrategias empresariales, puede explicarnos porque una empresa es mas grande que otra.

III.3.2.1.-Política de Precios.

La política de precios es uno de los instrumentos más utilizados por las empresas para poder vender su producto. Sin embargo, la variación en los precios tiende a limitarse a las políticas vigéntes. Por ejemplo, durante el período en que la Industria Automotriz se encontraba bajo la política de sustitución de importaciones,

las empresas ensambladoras y comercializadoras de vehículos no podían variar libremente el precio de sus productos, su precio era estimado y fijado a un nivel en que compensara el nivel de costos mas un margen de ganancia. Con la Quinta y Sexta Política enmarcadas en la libre competencia, la liberación de los precios ocurrió a nivel general en la mayoría de los productos manufacturados. Las variaciones anuales en los precios del sector llegaron a alcanzar niveles elevados debido a la incidencia que ejerció el tipo de cambio, sobre todo entre los años 1994, 1995 y 1996, cuando la devaluación del tipo de cambio alcanzó niveles de un 60%, 71% y un 64% respectivamente.

La evolución de los precios[45] para el parque automotor colombiano se puede analizar considerando vehículos que han tenido permanencia en el mercado, como es el caso de los populares: el Sprint, Mazda 323 155 c.c y al Renault 9 1.300 c.c., y en la gama media el Mazda 626L (esto para los vehículos automóviles), en el rango de los comerciales se encuentran las camionetas Chevrolet Luv y la Mazda B-2000, y para los rústicos el Mitsubishi Montero y el Toyota Land Cruiser.

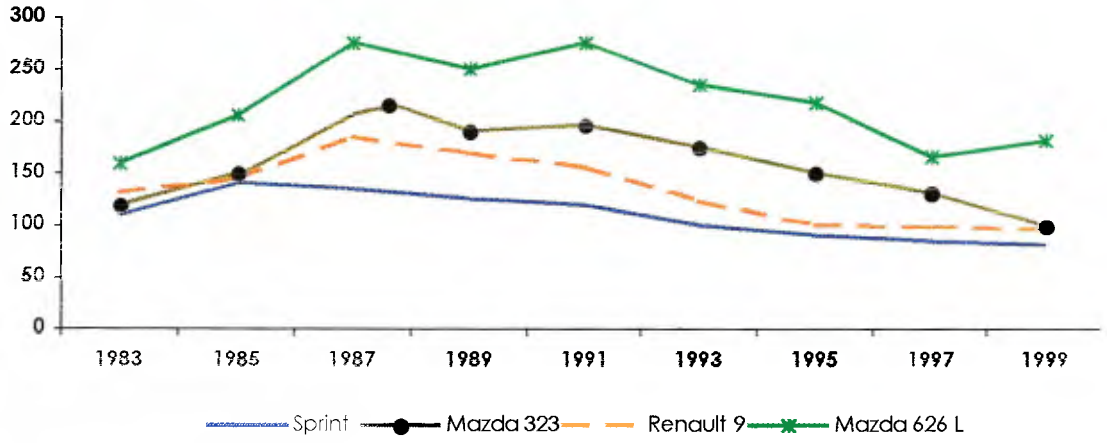


GRAFICO N°12: **Precio de los Vehículos en el Mercado Automotriz Colombiano, medido** en términos de **salarios mínimos mensuales legales vigentes a precios corrientes de cada año.**
FUENTE: ANDI. Entorno competitivo del sector automotor.

[45] Medidos en términos de salarios mínimos mensuales legales vigentes a precios corrientes de cada año.

Respecto los tres vehículos populares, la tendencia de sus precios fue creciente hasta 1988, con una posterior caída, una leve recuperación en 1990 y una continua tendencia a la baja para el resto de la década de los noventa. Para el vehículo de gama media (Mazda 626 L), a pesar de sus oscilaciones registradas, muestra un leve crecimiento del 17,2% entre 1984 y el 2000.

En lo referente a las camionetas Chevrolet Luv 2.3 4x2 y la Mazda B2200 c.c, presentaron un incremento sostenido en sus precios hasta 1988, y a partir de 1990 este comportamiento se revirtió, cayendo hasta 1998, momento en el cual inicia nuevamente su recuperación. La Chevrolet Luv presenta un crecimiento del 20,9% en sus precios en el período comprendido entre 1983 y el 2000, el mayor valor lo alcanzó en 1988 y el menor en 1997 [46], por su parte la Mazda B 2.200, presenta una caída en el precio del 37,4% entre 1986 y el 2000 Y los camperos, como la Mitsubishi Montero que inicia su ensamble en 1989, su precio ha caído en 38,5% para el 2000.

III.3.2.2.- Producción[47].

La **Línea de Producción de Vehículos** comprende diversas etapas:

La Primera Etapa: Comprende el transporte de insumos o materia prima que es importada y posteriormente almacenada en las plantas.

La Segunda Etapa: Donde se realiza el ensamblaje la carrocería (el piso, los laterales, el montaje del capó y el techo)

---

[46] ACOLFA. *Manual Estadístico No 20.*

[47] Es importante señalar, que los países: Venezuela, Colombia y Ecuador no son productores de vehículos, sinó ensambladores, es por ello que cuando utilizamos el termino "Producción" , buscamos referimos al número de vehículos ensamblados en los países en que se centra el presente estudio.

La Tercera Etapa: Se refiere a el proceso de pintura, donde a la cabina se aplica el mastic, anticorrosivos, sellantes y pintura, pasando seguidamente al horno , luego es lijada y posteriormente se le aplica el esmalte.

La Cuarta Etapa: Corresponde al montaje de las instalaciones eléctricas, el tapizado, los vidrios, y el tablero. Se ensambla el motor y se montan las llantas. El carro es alineado y se le aplica gasolina y el aceite y se enciende por primera vez.

La Quinta Etapa: Comprende todo un conjunto de pruebas del vehículo, además de verificar el correcto funcionamiento del sistema de frenos.

La Sexta Etapa: De distribución de vehículos, donde se clasifican por marca y tipo en los patios comerciales, y posteriormente distribuidos en las niñeras o nodrizas hacia los concesionarios ubicados en las diferentes ciudades del país.

La **Comunidad Andina** ha desarrollado una importante capacidad de producción de vehículos ensamblados, incrementando sus volúmenes y participación en el mercado automotor con el pasar de los años.

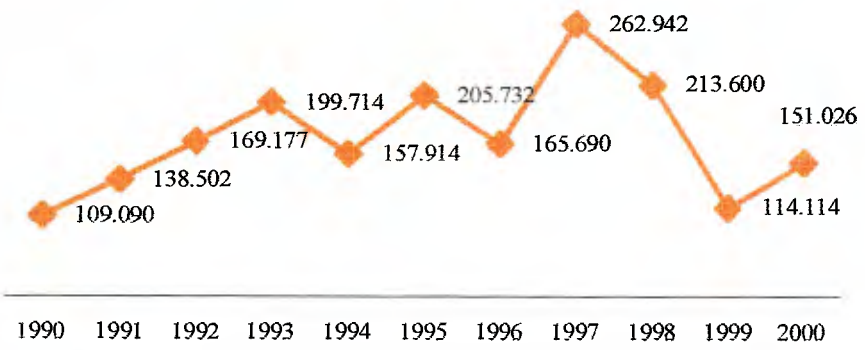


GRAFICO N° 13: **Producción** Total de Vehículos de la Comunidad Andina (Expresado en unidades).
FUENTE: Comunidad Andina.

Durante la década de los noventa, la producción de vehículos, encontró su mejor año en 1997 cuando superaron la cifra de 260.000 unidades, participando Venezuela con un 59.6%, Colombia 30,8% y Ecuador con un 9,3%, aunque posteriormente sufrió una caída, esta ha ido recuperándose a partir del año 2000, poniendo en marcha un programa de reactivación del sector unido al mejor comportamiento del mercado interno.

La producción del subsector de ensambladoras en el mercado interno[48] mucha veces se ve afectada por el ingreso nacional, devaluación, tasas de interés, y la importación de vehículos proveniente de terceros países.

Podemos ver el caso colombiano, donde el efecto que ha tenido el cambio en la política del sector, se ha apreciado a través del comportamiento que han tenido las cifras de producción.

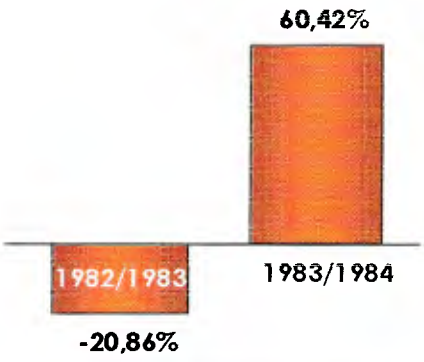


GRAFICO N°14: **Crecimiento de la Producción de Vehículos en la Industria Automotriz Colombiana.**
FUENTE:ANDI. Entorno competitivo del sector.

Para 1982, anterior al proceso de liberación y apertura del sector, los niveles de producción y venta de automóviles se desarrollaron de manera bastante inestables.

En 1991 la producción de vehículos de Colombia sufrió una caída de 10,06% con respecto a la producción en 1990, en 1992 pudo recuperarse alcanzando

[48] En primera instancia , el ensamblaje de vehículos de la Comunidad busca abastecer sus mercados, y posteiormente aumentar su participación en mercados internacionales.

un volumen de producción de 51.787 unidades, que representó un crecimiento del 17,19%.

Para 1993 el bajo ingreso percápita que existió además del régimen de ensamble que existía, ocasionó que la oferta fuera reducida en el país. Bajo esta situación las ensambladoras solamente utilizaron el 70% de su capacidad instalada[49], lo que trajo que los precios fueran mayores para el consumidor, que unido al ingreso de la población hizo que la demanda por vehículos no se ampliara. Para el sector automotor bajo estas condiciones de mercado, no era imposible lograr economías de escala en detrimento de la eficiencia y la competitividad industrial. Aquí es donde el proceso de Liberación e Integración Subregional entró en acción, porque le permitió a la producción nacional tener mayor competencia, y entrar en un proceso de innovaciones y reconversión de sus empresas.

A raíz de la firma del Convenio de Complementación Industrial Automotor, es posible que las ensambladoras se especialicen, en una gama en Venezuela y en otra gama en Colombia, constituyendo una verdadera complementación entre industrias.

III.3.2.3.- Publicidad.

Las ensambladoras tienden a adoptar mecanismos para elevar el nivel de demanda de vehículos, uno de los instrumentos utilizados es a través de la publicidad.

[49] Término que será explicado con mayor detalle más adelante.

La publicidad constituye uno de los gastos más importantes al que debe incurrir las empresas ensambladoras y comercializadoras. Las campañas de publicidad ponen a disposición de los consumidores los modelos en diferentes versiones y precios para que el comprador tenga la posibilidad de escoger. Además, por el hecho de que nuevas marcas y modelos estimulan la competencia, es necesario buscar herramientas para mercadear y dar a conocer las ventajas de cada producto.

La inversión en publicidad puede constituir una barrera de entrada para nuevos competidores, por el monto a invertir, y porque a través de ésta pueden haber ampliado su poder de mercado las empresas ya establecidas con anterioridad en el mercado.

Los actores del sector además de diferenciar sus productos entre empresas , tienen la posibilidad de distinguir sus servicios por medio de estrategias publicitarias de mercadeo y comercialización para reafirmar su poder de mercado (si es que este existe), pudiendo influenciar el precio o disminuir la cantidad ofrecida, y el consumidor seguir comportándose de igual manera, manteniéndose fiel a una marca, no optando por adquirir un producto sustituto

III.3.2.4.- Investigación e Innovación.

La industria automotriz, como importante generador de mano de obra y rama industrial en los países integrantes del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, requiere de alto dinamismo para mejorar su participación tanto en los mercados nacionales como internacionales, es por ello que requiere de desarrollos tecnológicos, constantes cambios en sus modelos y procesos productivos, por lo que genera alianzas entre productores a través de los

intercambios comerciales. Es aquí importante resaltar, como un componente estructural: la diferenciación de productos, se relaciona y trabaja de forma conjunta con "la investigación y desarrollo" de nuevos procesos productivos, para mejorar su Desempeño y alcanzar mayores niveles de eficiencia, competitividad y calidad de sus productos.

En el Subsector de Ensambladoras de vehículos o en cualquier otra actividad industrial cuando hablamos de tecnología, esta hace referencia a:

- Los Productos: modificando su estructura, fortaleza, durabilidad, funcionalidad, etc.
- Los Procesos que son necesarios para la elaboración del producto o prestación del servicio.
- Inversión en maquinaria y equipos: referida a la instalaciones, como las plantas ensambladoras.

Para que se desarrolle Tecnología de avanzada en los países firmantes del Convenio de Complementación Industrial Automotor es necesario la concurrencia y cooperación entre la Industria Privada, el Gobierno y las Instituciones Académicas.

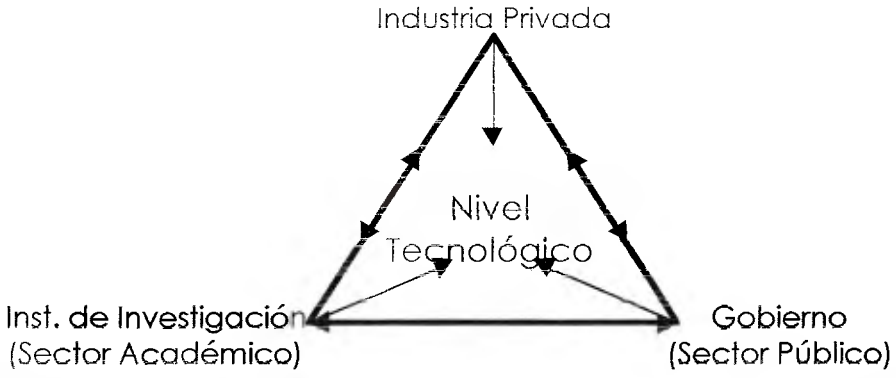


FIGURA N° 6: **Elementos** necesarios para el desarrollo de nuevas tecnologías en el país.
FUENTE: Entrevista con CAVENEZ.

Las ensambladoras establecidas en Venezuela, Colombia y Ecuador, no han podido mejorar su nivel tecnológico[50] por la carencia de grandes inversiones de capital para lo cual debería contarse con la participación del gobierno, el interés de la industria privada por desarrollar una mentalidad de que la calidad es parte de nuestro plan de mejora y la necesidad crear alianzas entre Universidades e Institutos que de forma integrada con Industria Privada brinden la adecuada formación al recurso humano capaz de asimilar las nuevas tecnología, a través de la programación de programas de capacitación.

Sólo la concurrencia e integración de estos tres actores permitiría la mejora del Nivel Tecnológico de la Industria Automotriz en Venezuela, Colombia y Ecuador.

Según lo explicado anteriormente, no ha sido fácil mejorar el nivel tecnológico utilizado en la fabricación de vehículos en los países de la Comunidad Andina, es por ello que las ensambladoras de vehículos han optado por importar aquellos vehículos que necesiten de una Alta Tecnología para su fabricación, provenientes de sociedades mundiales tecnológicas que han desarrollado un "Know How" y poseen años de experiencia creando modelos que cumplan con las exigencias de sus clientes.

De igual forma han opinado algunas personas para explicar la falta de mejora de nuestro nivel tecnológico, según José Vegas Chumaceiro ex presidente de la Cámara de Industriales de Caracas se debe "a la necesidad de una inversión fuerte, además de crear alianzas entre universidades e institutos. También no han existido políticas de innovación como tal" y para desarrollar la tecnología en nuestra industria

[50] Comparádo la con la inversión que se reliza en la industria automotriz de países más avanzados.

se debería considerar "la realización de convenios con entes externos que se dediquen a esta área". A diferencia de J. Chumaceiro, la directora del Centro de Información de Conindustria, Isabel González considera que "la falta de políticas para el desarrollo de la innovación se debe al total desconocimiento de la misma, unido a que no ha sido asumida como una función más dentro de la empresa"[51].

El Convenio de Complementación Industrial Automotor nos ofrece un mercado más grande que deberíamos considerar como una oportunidad para el desarrollo de tecnologías como complemento para incentivar la competitividad del sector.

III.3.3.- DESEMPEÑO.

La interacción entre la Estructura y la Conducta de las ensambladoras que forman parte del sector automotor origina resultados que les permite alcanzar en menor o mayor medida las metas fijadas por cada uno de ellos de manera individual.

El desempeño de las ensambladoras tiende a mostrarse a través de varios elementos, entre ellos los márgenes de beneficio obtenido, el grado de capacidad utilizada, calidad, crecimiento y competitividad de sus productos.

De la interacción que se establece entre la estructura y la conducta que desenvuelven los actores que conforman el subsector de ensambladoras, resulta un desenvolvimiento del sector que muestra si este a alcanzado los resultados que se esperaba.

---

[51] Pérez Urbaneja, Elina. *"Los promotores del diseño industrial: estado, empresa privada,instituciones educativas y culturales".*

III.3.3.1.-Eficiencia en la producción y eficiencia asignativa de los recursos.

Los cambios ocurridos en el sector automotor con las políticas implementadas, ha hecho que las ensambladoras vayan revisando su estructura y dejando de fabricar algunos vehículos, cuya producción no es competitiva, para mejor importarlos y reestructurar su producción de una manera que le ha permitido conservar una importante participación en el mercado.

Por otra parte, la política de producción, se limita a operar a escala óptima, la cual esté fijada acorde con la tecnología de la planta.

El potencial productivo algunas veces es subutilizado, operando las ensambladoras en función de los ciclos de actividad económica. La contracción de la demanda interna y/o la elevada competencia internacional impide sostener el ritmo de la producción en las ensambladoras, cuyo descenso ha generado niveles altos de capacidad ociosa. El cumplir con los volúmenes que requiere la venta, determina el éxito de un fabricante automotriz .

Para efectos demostrativos, podemos citar las cifras de algunas ensambladoras venezolanas:

Empresa	Capacidad Instalada (Unidades en turno de 8 horas) 1998	Capacidad Utilizada (Unidades en turno de 8 horas) 1998	Capacidad Instalada (Unidades en turno de 8 horas) 1999	Capacidad Utilizada (Unidades en turno de 8 horas) 1999
Chrysler de Venezuela,LLC	80	78	82	39
Ford Motor de Venezuela,S.A.	220	154	250	85

General Motors Venezolana,C.A.	190	167	190	92
Mack de Venezuela, C.A.	17	15	15	12
MMC Automotriz,S.A.	80	37	60	22
Toyota de Venezuela, C.A.	110	75	95	52

CUADRO N°2: **Capacidad Instalada y Utilizada de algunas Ensambladoras venezolanas.**
FUENTE: Entrevista con CAVENEZ

A medida que se oriente la producción de las ensambladoras de Venezuela, Colombia y Ecuador hacia el mercado externo, se podrá ampliar la utilización de la capacidad de la industria automotriz.

III.3.3.2.-Beneficio.

"Mientras más complementariedad exista dentro del sector automotor entre los países de la Subregión Andina, mas avanza el proceso de integración industrial"[52] porque al especializarme en un área me vuelvo más eficiente en la producción o préstamo de un componente o servicio específico.

Lograr una disminución en los costos es considerado entre los parámetros que determinan el éxito de un fabricante automotriz . Esta disminución puede lograrse en los costos de transformación, gastos de administración y ventas, el desarrollo de nuevas estrategias de comercialización más cercanas a las necesidades del cliente y por supuesto un aprovechamiento del mercado de la Subregión Andina, que brinda una demanda total mayor que permite alcanzar economías de escala para competir con ensambladoras similares residenciadas en América Latina. La generación de mayores beneficios brinda disponibilidades que podrán ser utilizadas

[52] Madero, Roberto. Entrevista en CAVENEZ.

para realizar inversiones que reduzcan la brecha tecnológica que poseen las ensambladoras nacionales en relación a las establecidas en otros países.

III.3.3.3.-Calidad y Competitividad de los productos.

La "calidad" siempre a constituido un tema importante para las empresas de marcas de vehículos, por ser un elemento que es percibido por el consumidor. Es por ello que marcas como la Toyota "han emprendido acciones concentradas en la fabricación de vehículos de calidad, asegurando una calidad básica en principio, y perfeccionar su calidad percibida que suscite en el cliente el deseo de compra del producto"(Congreso Automotor Andino, 1993,p. 12) A través del desarrollo de la "calidad", se busca asegurar la mayor satisfacción del cliente, tener un nivel de solidez para poder exportar en forma competitiva, metas que son alcanzadas a través del desarrollo y entrenamiento del recurso humano, la modernización de maquinarias de producción y un mejoramiento en la calidad de las partes producidas localmente.

Para satisfacer las crecientes exigencias de los clientes, en cuanto a la calidad y diversidad de los productos, las empresas proveedoras han elevado de manera sustancial sus inversiones en equipo, herramientas, modernización de las plantas y programas de adiestramiento. Como resultado, los vehículos ensamblados en Venezuela por ejemplo, han conquistado cada vez más mercados internacionales y comenzar a ser reconocidos por sus altos niveles de satisfacción al usuario.

Las actividades del sector automotor han contado con la aplicación a nivel de calidad de la QS 9000 e ISO 9000 para la supervisión, control y certificación de la calidad de producto final, así como una supervisión profunda de sus procesos de

fabricación desde la adquisición de insumos hasta lo servicios de post- venta. La gestión y aseguramiento de calidad abarca tres áreas: entre ellas las empresas ensambladoras, en la cual es preciso implantar normas y exigencias para velar por su estricto cumplimiento.

La necesidad de atender a mercados cada vez más amplios puso en relieve la conveniencia de establecer una serie de normas para la gestión y el aseguramiento de la calidad.

Un ejemplo de ello lo constituye la política de calidad de General Motors - Omnibus BB que se basa en " generar el entusiasmo de sus clientes con excelentes productos y servicios, logrados a través del compromiso de su.gente".

Capítulo IV

CAPITULO IV

INTERCAMBIO COMERCIAL

La industria automotriz Venezolana, Colombiana y Ecuatoriana ha generado alianzas entre sus ensambladoras automotrices, con la finalidad de lograr el mejoramiento conjunto de sus mercados, tanto a nivel subregional, como el incremento de su participación a nivel mundial.

Al analizar el destino de las exportaciones y origen de las importaciones de los países firmantes del Convenio, notamos que suelen tener entre ellos la mayor participación en relación a todos los integrantes de la CAN. Por ejemplo, para el período 1991-2000, el país más representativo como destino para las exportaciones colombianas fue Venezuela con el 67,2% del mercado de la CAN, seguidos por Ecuador con el 25,7%.

País	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Bolivia	0,3	1,2	2,9	2,1	1,1	1	1,9	1,5	1,1	1
Ecuador	13,7	20,7	27,5	43,7	48,8	46,2	53,2	56,3	27	54,4
Perú	4,5	5,7	5,1	9,5	8,3	10,8	12,7	13,7	11,2	12,4
Venezuela	13,3	25,4	43,8	23	81,2	132	202,1	168,4	90,9	235,5
CAN	31,7	53	79,3	78,3	139,4	190	269,9	239,9	130,2	303,2
Total General	73,2	98,5	111,3	123,5	188,7	258,3	312,7	293,1	212,7	403,5

CUADRO N° 3: **Exportaciones**- Cadena **Automotriz. Colombia** con el Resto del Mundo (Millones US$).
FUENTE:DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Colombia

De igual forma, los proveedores de Colombia fueron mayormente Venezuela (80,4%) y Ecuador (18%).

País	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Bolivia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ecuador	1	3,5	54,6	80,3	68,6	66,6	102,3	71,9	35,3	45,4
Perú	1,7	1,3	0,8	1,7	2,3	3,4	5,6	7,8	3,2	7,1
Venezuela	12,8	39,6	264,3	338,3	334,6	296,8	351,2	242	88,3	78,4
CAN	15,5	44,4	319,7	420,3	405,5	366,8	459,1	321,7	126,8	130,9
Total General	551,4	821	947,8	2113,4	2081,3	1720,4	2169,5	1912,5	972,7	1039

CUADRO N°4: **Importaciones- Cadena Automotriz. Colombia con el Resto del Mundo** (Millones US$).
FUENTE:DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Colombia

Luego de haber analizado en el Capítulo anterior al Sector Automotor en Venezuela, Colombia, Ecuador de forma particular , podemos ver las interrelaciones que se han realizado entre ellos en relación a los flujos comerciales de vehículos ensamblados.

Las importaciones de vehículos son realizadas por las mismas ensambladoras o a través de las comercializadoras que establecen las empresas ensambladoras en los países con los que suele comercializar vehículos, ejemplo de ello en Venezuela son: Sofaven,S.A., la Automotriz Tecno Alemana,S.A, Mercedes Benz de Venezuela, Corporación Eurocars,C.A. y Vehículos Mazda de Venezuela, C.A.

Mediante el Convenio de Complementación suscrito entre los gobiernos de Venezuela, Colombia y Ecuador, no sólo se concretó los propósitos integracionistas entre estos gobiernos, sino que proporcionó a las ensambladoras nacionales un mercado potencial ampliado y la posibilidad de incrementar el porcentaje de componentes fabricados localmente.

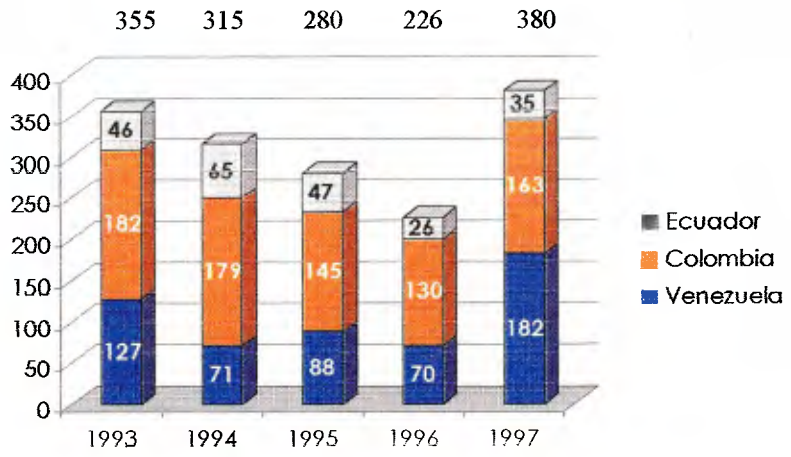


GRAFICO N° 15: **Evolución del Mercado Andino. Mercado Aparente** (Miles de vehículos)
FUENTE:DANE. CAVENEZ.

Ante la firma del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, Venezuela fué la primera en responder positivamente a los lineamientos del Convenio. En los primeros cinco meses de 1994, las ensambladoras afiliadas a CAVENEZ habían exportado 8054 unidades [53], cifra que superó notablemente la cantidad de vehículos exportados por las mismas ensambladoras durante un período similar en 1999 ajustando sus programas de producción, para poder atender a la demanda creciente de vehículos pasajeros, rústicos y comerciales livianos.

La colocación de vehículos venezolanos en Ecuador y Colombia, se incrementaron con el Convenio, gracias a que éste proporcionó el marco adecuado para una sana competencia de los vehículos.

En 1994 las exportaciones de vehículos hacia Colombia se incrementaron en aproximadamente 60% con respecto a 1993, por la devaluación real del bolívar frente al peso colombiano, lo que hizo muy atractivo los precios de los vehículos

[53] Incluyendo camiones además de los vehículos pertenecientes a la Categoría 1.

venezolanos en Colombia, además que en ese año afectó la recesión que tuvo el mercado interno venezolano.80

Mas recientemente, en 1999 las exportaciones venezolanas descendieron frente a los demás países miembros de la Comunidad, situación que ocurrió por la confluencia de indicadores cuyo comportamiento no fué favorable para beneficiar a los productores venezolanos en ese año. La inflación acumulada desde agosto de 1998 hasta agosto de 1999 se encontró en el ámbito comunitario en 14,7% anual. Colombia registró un 9,3%, Venezuela un 20,9% durante 1999 y a Ecuador le correspondió la mayor inflación anualizada de 55,3% al mes de agosto. La devaluación anual, de agosto 1998 a agosto 1999 en Venezuela fué de 7,9%, Colombia con 35,2% y a Ecuador le correspondió la mayor devaluación anual de 108,9%.

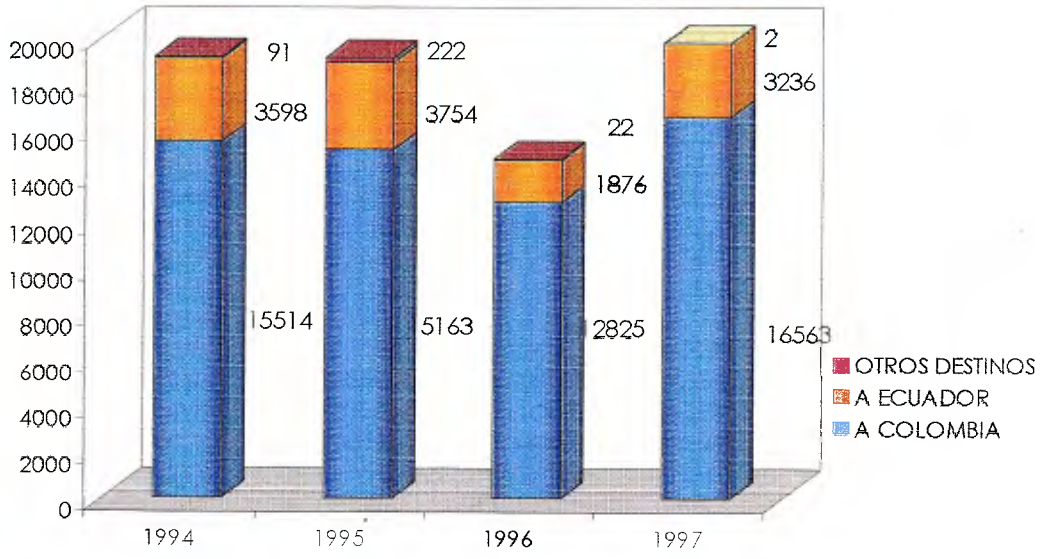


GRAFICO N° 16: **Evolución de las exportaciones totales de Venezuela hacia Colombia, Ecuador y otros destinos.**
FUENTE: CAVENEZ.

Las importaciones de Colombia provenientes de Venezuela son en su mayoría vehículos pasajeros, seguidos por los comerciales livianos.

El crecimiento más alto en el valor de las importaciones de vehículos pasajeros se presentó en 1992 y 1993 con tasas por encima de mil por ciento, sin embargo en 1997 se registraron valores en miles más elevados de todo el período analizado. En 1999 se presentó la mayor contracción (-79%). En relación a las importaciones de comerciales livianos, la mayor tasa de crecimiento también se registró en los año 1992 y 1993 , asimismo, en 1999 se presentó la caída más fuerte del período (-74%).

Por otro lado, las importaciones de Venezuela provenientes de Colombia se incrementaron de manera importante en los últimos años de la década de los noventa, la mayor cantidad de vehículos importados fueron de la gama de vehículos comerciales livianos, seguidos por los vehículos pasajeros. Es importante resaltar que el aumento de las ventas colombianas se debió en parte por la influencia de la devaluación de su moneda.

También, las exportaciones de Colombia a Ecuador se incrementaron considerablemente a raíz del establecimiento del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor, pués antes de firmarse, las ventas hacia ese país eran casi nulas. Las exportaciones de vehículos comerciales livianos se destacaron a lo largo de la década de los noventa, superando el mercado de vehículos pasajeros.

Las exportaciones de vehículos ecuatorianos se iniciaron a finales de 1992. En 1999 Ecuador exportó 2.792 vehículos, de los cuales el 61% fué importado por Colombia, y el 36% por Venezuela.

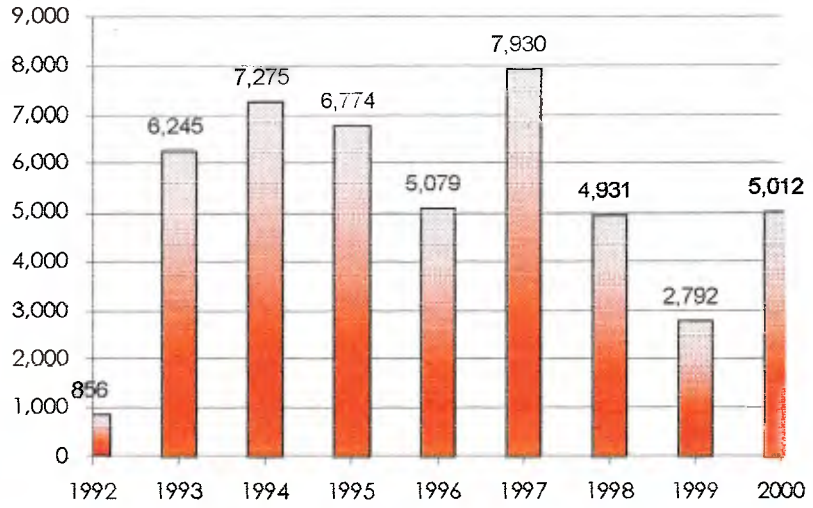


GRAFICO N° 17: Exportaciones Totales de Ecuador. Período 1992-2000.
FUENTE: CINAE.

La tasa de crecimiento de las Importaciones de vehículos pasajeros Colombianas desde Ecuador, presentaron su punto más alto en 1994, no obstante la mayor disminución en las importaciones se observó en 1999 con –65%. En cuanto a los vehículos comerciales, fué también en 1994 cuando se registré la tasa más elevada, sin embargo, la mayor caída en las importaciones colombianas se presentó en 1997.

CONCLUSION

Venezuela, Colombia y Ecuador son países que poseen una política sectorial común adoptada con la finalidad de promover la especialización del sector automotor y aprovechar el nuevo mercado subregional ampliado.

Es por ello que a través de esta investigación se buscó contrastar la hipótesis referente a si " la firma del Convenio de Complementación Industrial del Sector Automotor como política industrial y comercial aplicada al Subsector de ensambladoras que involucran a los países de Venezuela, Colombia y Ecuador, ha incidido en la estructura original de mercado de la misma y en la conducta de las empresas, modificando también el desempeño de este subsector industrial.

Para contrastar la hipótesis, se utilizó el enfoque de la Nueva Economía Industrial como instrumento de análisis de los sectores industriales. Como resultado obtuvimos que el subsector de ensambladoras se comporta como un mercado oligopólico. Aunque para algunos de los casos analizados por "segmento" y/o país, antes de la firma del Convenio presentaban pocos participantes en el mercado, posteriormente se incorporaron nuevas empresas, aumentando la competencia en el subsector y por ende ocurrió una disminución en el Grado de Concentración Industrial.

Aunque el Convenio proporciona a las ensambladoras establecidas en los países participantes, un mercado potencial ampliado con condiciones de competencia similares a nivel subregional, su desarrollo se verá influenciado por el desenvolvimiento de sus economías particulares.

El proceso de Liberación e Integración subregional, le permitió a la producción nacional tener mayor competencia; a las ensambladoras compensar con las exportaciones, las disminuciones ocurridas en las ventas locales; ofrecer al consumidor una amplia gama de vehículos modernos y entrar en un proceso de reconversión de sus empresas

Estas condiciones provocaron un reacomodo organizativo de las empresas. Por ejemplo. Ford Motor de Venezuela pasó a ser Ford Motor Andina; se generaron asociaciones de inversión cruzada como la incorporación de Toyota en Sofasa, GM en Omnibus BB; se produce el ensamblaje de vehículos en un país para ser distribuido en toda la subregión, ejemplo de ello lo constituye el ensamblaje 1 automovil rústico: Chevrolet Vitara en Ecuador.

El Convenio de Complementación del Sector Automotor representa una base jurídica adecuada, porque no puede ser alterada de forma independiente acorde con los intereses individuales. Además facilita las negociaciones de la CAN con otros bloques comerciales, como Mercosur y próximamente con el Alca .

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- **ACOLFA.** El Sector Automotor Colombiano 1992. Manual Estadístico No 13. Santa Fé de Bogotá, 1992.
- **ACOLFA.** Manual Estadístico No 20. El Sector Automotor Colombiano. Santa Fé de Bogotá, 2000..
- **ANDI.** Entorno Competitivo del Sector Automotor. Estudio del Sector Automotor. Comité de la Industria Automotriz. Ministerio de Desarrollo Económico. Colombia, Julio 2001.
- **CAN.** 33 Años de Integración Comercial. Secretaria General de la Comunidad Andina. Serie de Estudios Estadísticos. Marzo 2002.
- **CAN.** La Dolarización en Ecuador. Efectos sobre el Comercio Andino. Secretaria General de la Comunidad Andina. Marzo 2001.
- **CAVENEZ.** Anuarios Estadísticos 1997, 1999 y otros informes estadísticos.
- **CAVENEZ.** Boletines Mensuales " Cavenez Informa". Números: desde el 1° hasta el 63°.
- **CAVENEZ.** Evaluación y Definición de Políticas para la Industria Automotriz. Caracas,1999.
- **CHACHOLIADES, Miltiades.** Economía Internacional. Editorial Mc Graw-Hill Latinoamericana S.A., Bogotá, Colombia. 1990.
- **CINAE.** Anuarios Estadísticos de la Industria Automotriz Ecuatoriana. . Varios Años.

- **COMUNIDAD ANDINA.** 33 Años de Integración Comercial 1969-2001. Documento Estadístico Lima, 19 de Abril del 2002.
- **ECHEVARRÍA, Juan José**. Flujos Comerciales en los países andinos: ¿liberalización o preferencias regionales?. Coyuntura Económica,1999. En Internet:
http://www.netamericas.net/Researchpapers/Documents/Echevarria/Echav1.pdf
- FAVENPA (Cámara de Fabricantes Venezolanos de Productos Automotores). Congreso Andino Automotor. Caracas, Febrero 1993.
- FAVENPA. Acto Central XXXV Aniversario. Seminario: "La inserción de la industria automotriz andina en los mercados latinoamericanos". Informe Final. Caracas, 1997
- **FERNANDEZ DE CASTRO, Juan y Juan Tugores.** Microeconomía. Editorial Mc Graw Hill. Madrid (1997). Páginas: 353-400
- GACETA **OFICIAL del Acuerdo de Cartagena.** Año XI-Número 168. Resolución 355.-Publicación del Convenio de Complementación en el Sector Automotor suscrito entre Colombia Ecuador y Venezuela el 13 de septiembre de 1993.
- GACETA **OFICIAL del Acuerdo de Cartagena.** Año XVI- Número 483. Acuerdo mediante el cual se deroga el Convenio de Complementación en el Sector Automotor y su Addendum publicados en la Resolución 355 de la Junta del Acuerdo de Cartagena- Lima 17 de septiembre de 1999.
- **GARCIA T. Elba Julieta.** Hacia la consolidación de la Industria Automotriz: la medida de salvaguardia. Caracas, 1998.
- **GUILLEN, Daniel.** Trabajo: Asociación Latinoamericana de Integración. USB. Caracas, Mayo 1998 .
- **HERNANDEZ L, Enrique** y María del Carmen del Valle. La Industria Láctea de México en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte

(TLCAN). Serie REDInt: BID Departamento de Integración y Programas Regionales. Buenos Aires, 2000.

- **INSTITUTO DE COMERCIO** EXTERIOR. Venezuela y el Grupo Andino. Serie: Papeles del ICE. Caracas,1992.
- **LEON, LUIS VICENTE.** Introducción a la Economía Industrial. Láminas de Electiva: Economía Industrial. UCAB, Año 2000.
- **LINARES R, Juliana y Olga María López.** Estructura de Mercado y Políticas Públicas. El caso de la industria automotriz en Venezuela. Memoria de Grado, UCAB 1998.
- **NORIEGA M, Hilda Carolina.** Evaluación de las políticas de sustitución de importaciones en el sector automotor. Memoria de Grado de la Escuela de Economía, UCV Diciembre 1987.
- **PEREZ U. ELINA** Los promotores del diseño industrial: estado, empresa privada, instituciones educativas y culturales (Parte XI.V). La promoción del diseño industrial en Venezuela, 2002. En Internet: http:// www.analitica.com/va/arte/pol_y_ger/5513288.asp.
- **PEREZ, W., Garrido, C. y otros**. Grandes empresas y grupos industriales latinoamericanos. México: Sigloveintiuno editores,s.a, 1998
- **PORTER, Michael**. Estrategia Competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: Grupo Patria Cultural, S.A. de C.V., Vigésima séptima reimpresión revisada, 1992.
- SERRANO P., **MAGDALENA (2002). L**a integración aduanera en la Comunidad Andina. Presentaciones del Banco Interamericano de Desarrollo. Washington,2002.
- SUPERINTENDENCIA PARA LA PROMOCION Y PROTECCION DE LA LIBRE COMPETENCIA (Procompetencia). Lineamientos para la

evaluación de las Operaciones de Concentración Económica. Caracas, Gaceta Oficial de la República N° 36.819 del 1ero de noviembre de 1999.

- **VILLALBA, Julián**. Menú Estratégico. El arte de la guerra competitiva. Capítulo 8. Ediciones IESA. Caracas, 1997.
- **UMAÑA M. Dario G.** Estrategia de desarrollo del sector automotor en el Grupo Andino. Trabajo Elaborado para la junta del Acuerdo de Cartagena. 1997.