

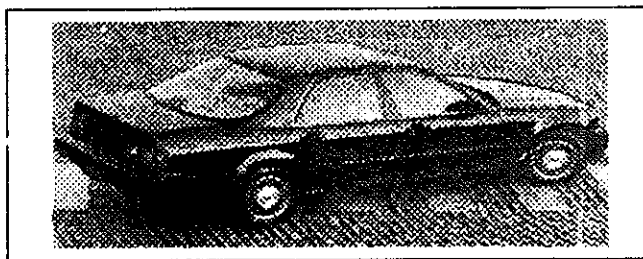
el

na
de
lo
o-
a
e-
io
r-
e-
el

MERCADO AUTOMOTRIZ :

NUEVO AVANCE **VE**

*Alvaro Leal Gamboa**



¿Está abriéndose un nuevo mercado automotriz latinoamericano, en un país en vía de desarrollo, en medio de la recesión de los grandes centros mundiales? ¿Los treinta y cuatro millones de colombianos dejan de ser el simple “mercado potencial”, para rodar por el camino de país motorizado?

* Magister en Economía Internacional. Profesor Asociado UMG. Vicedecano de la facultad.

Si ponemos el espejo retrovisor para los dos años recién cumplidos, no son solamente las estadísticas las que dejan perplejos a muchos.

Este venía siendo uno de los países habitualmente referenciado como buen prospecto, inclusive en el sentido automoviliario, pero sin comprobarlo prácticamente de manera contundente. Los más avisados proyectistas de mercados vieron siempre, sin embargo, que Colombia, en el medio del pacto subregional de integración económica (Pacto andino/ acuerdo de Cartagena), debería responder más temprano que tarde a las esperanzas puestas por quienes a fines de los años cincuenta (ensamblando viejos jeeps/camionetas de entonces) empezaron tenazmente con menos de 100 operarios la ardua empresa de iniciar la producción de vehículos automotores, vía licencia de varias multinacionales, ensamblaje en creciente porcentaje, y desarrollo de una industria local de piezas originales y de recambio.

"Prospecto" Contradictorio

En éste campo empero, el potencial y lo real, lo contradictorio, ha estado presente. Del vehículo diario salido del montaje el primer año en los 50, en los años 70 se vendía entre 20 y 25 mil vehículos cada 12 meses. De país con menos de cincuenta mil unidades por año -incluyendo importados-, de los primeros años 80, que apenas ocasionalmente subía doce/ quince por ciento, sin embargo el "record" histórico alcanzó a pasar ligeramente las 60.000 de todo tipo, mediante esforzados aportes de las tres ensambladoras tradicionales (europea, norteamericana, y japonesa, con socios colombianos).

En general un crecimiento lento, menor siempre que el incremento vegetativo de la población¹, por debajo de la mejora de los ingresos personales, del aumento de carreteras -cuyo kilometraje se duplicó en dos décadas-, y de la calidad de vida. Sin embargo, hoy, el parque automotor local todavía, calculado por persona es dos veces menor que, por ejemplo, su vecino Venezuela. Al mismo tiempo, de otra parte, pese a

¹La población colombiana, según cálculos basados en la estadística nacional (DANE) llegó a comienzos de 1993 a 34.400.000 habitantes, superando a la argentina por casi medio millón de personas.

sus problemas de "orden público", no bruto (PBI), a lo largo de 50 años. Colombia siempre ha tenido desarrollo positivo de su producto inter verdaderamente, un "prospecto" consistente.

Cuadro No. 1

1992 MERCADO NACIONAL- COLOMBIA PRODUCCION AUTOMOTRIZ Y PARTICIPACION DE IMPORTADOS Usuario final - entregas efectivas		
MARCA	CANTIDAD	% MERCADO
Colmot.- GM	24.859	35.6
CCA - Mazda	19.584	28.0
SOFASA-Renault	9.759	14.0
Importados	16.669	22.4
TOTAL	69.871	100.0

Fuente: Informes de ensambladores/Mindesarrollo/INCOMEX/93

El Automóvil se Muestra.

Apenas se están cumpliendo dos años de iniciada la mas agresiva etapa de internacionalización económica. Y los autos, a toda velocidad, se colocaron en punta: a fines del 91, las compras pasaron de 70.000 unidades, en 1992 se bordeó los 90.000, de los cuales las tres firmas locales (CCA-Mazda, Colmotores-GM entretanto 100 por ciento USA- y Sofasa-Renault) suministraron, respectiva, anualmente 40.000 y 70.000. El hecho de que en los pri-

meros cinco meses del año se esté importando el doble de vehículos que dos años antes, anticipa que la barrera de los 100.000 por año está siendo rebazada. Las proyecciones lógicas para 1994 llegan a cerca de 125.000 mil vehículos nuevos en la calles y carreteras aquí, de los cuales las plantas locales esperan suministrar alrededor de 90/ 95.000. En las ferias Internacionales y eventos comerciales proporcionales, pasaron al primer lugar en ventas los "Salones del auto", con creciente participación de importaciones.

Cuadro No. 2

1993 MERCADO NACIONAL - COLOMBIA enero - marzo PRODUCCION AUTOMOTRIZ Y PARTICIPACION DE IMPORTADOS		
MARCA	CANTIDAD	% MERCADO
Colmot - GM	9.804	28.5
CCA - Mazda	5.064	14.7
SOFASA - Renault	3.833	11.3
Importados	15.669	45.5
TOTAL	34.370	100.0
Fuente: Informes de ensambladores/ Mindesa Julio/INCOMEX/93		

Nuevo

Para la nueva situación confluyen muchos hechos nuevos. Desaparecieron los aranceles de doscientos y mas por ciento del pasado, para la alta gama, reemplazándolos tasas no superiores a 35 por ciento en el mayor de los casos, al tiempo que aranceles del cinco por ciento pasaron a convertirse en norma. Así no solamente las piezas para ensamblaje, en fin, material CKD en general, sino los vehículos completos de todo el mundo, prácticamente tuvieron puerta abierta. Los automóviles de mas de dos litros pasaron a un primer puesto en la preferencia de inversión de un segmento grande de la población con ingresos altos habitualmente. Como se comprobó en los dos mayores eventos de promoción automotriz de Colombia en 1991 y 1992, el auto lujoso apareció con la aureola de nuevo "bien refugio", inclusive. Los fletes marítimos cayeron verticalmente, contribuyendo a mejorar en baja los precios para los usuarios finales, de los vehículos importados. De otro lado, para las ventas de la producción nacional, el mayor impulsor quizá fue la baja de intereses -en un año de

mas de 50 por ciento, a menos del 25 por ciento- anuales, para las colocaciones a plazos. Una compañía (SO-FASA-Renault, Francia) ofrece actualmente descuentos en intereses por compras a plazos hasta alrededor del 20 por ciento en períodos cercanos a un año

Una Coyuntura de Producción

Los efectos alcanzan desde el incremento numérico, en volumen de la producción, hasta los registros de 12 al 27 por ciento en mayor productividad, conjuntamente con el remozado impulso en la totalidad del sector económico-industrial, llevando las ensambladoras automotrices la bandera del doce por ciento de mayor producción dentro del total de la industria colombiana, cuyo promedio general muestra el seis por ciento a mediados de mayo de 1993. Los volúmenes de transacciones de acciones en lo corrido de 1993 por este sector manufacturero, van desde 95 por ciento en metalmecánica, maquinaria y equipo, hasta 178 por ciento, según la bolsa de Bogotá, para las industrias relacionadas con el automóvil.

²Convertidos a una tasa de mercado abierto de pesos \$770.-

Cuadro No. 3

1993 MATRICULA DE VEHICULOS	
enero - abril	46.000
Fuente: Inst. Nal. del Transporte/INTRA/Placas otorgadas	

Cuadro No. 4

PROYECCION DEL MERCADO NACIONAL - COLOMBIA - 1993 - Vehículos ensamblados, e importados	
TOTALES DE MERCADO	
Tres meses	34.370 Vehículos
Seis meses	68.740 Vehículos
Doce meses	137.480 Vehículos

El efecto puede ser mas profundo para los colombianos, si logran estabilizar esta industria, cuyos multiplicadores son mayores que cualquier otro sub-sector manufacturero, paralelamente con el de construcción (33 por ciento de aumento en 1992; 18 por ciento en el primer trimestre de 1993).

En ésta coyuntura el empleo se ha recuperado, estando a punto la cota sectorial mas alta del pasado. La calidad local en automotores ha pasado la prueba de la confrontación externa, en primer local ante el comprador local, el mas exigente en cada país ante la producción propia.

Nuevos Elementos de Juicio

Hay una nueva situación. Veamos:

Una de las compañías ensambladoras, inclusive, luego de dos huelgas "salvajes" en menos de un año (SOFASA-Renault), ahora en plena revitalización, marca el paso mas rápido, recupera mercado -sin que sus competidores pierdan, en volumen-, anuncia dos tipos (inclusive el R-19, exitoso en el centro europeo) adicionales a sus afianzados R-9, para acompañar la línea de la alta gama "Etoile" (tres modelos). Sofasa

alcanzó éste año su mejor marca de producción mensual en 25 años, en cantidad, productividad y control de calidad. luego de haber perdido (90\ 91) la mitad del mercado propio.

GM, probablemente la mejor afianzada estratégicamente de las tres plantas en Colombia, con puntos propios en Venezuela, Colombia y Ecuador, para cubrir el grupo Andino, tiene ahora una combinación afortunada de mercadeo interno, "Interandino", con ventas colombianas a Venezuela, Ecuador y posiblemente a Bolivia, y países centroamericanos, al tiempo que Ecuador debuta en ventas (Swift, 1 litr.) despachando a Colombia y Venezuela envía la gama de vehículos semi-rurales de dos y mas litros de cilindrada y caja automática, como variante principal. Ahora GM piensa en especializar sus tres plantas andinas, en una forma propia, privada, de integración industrial.

La Compañía Colombiana Automotriz, CCA-Mazda, primera en éste mercado (en el segmento de vehículos para pasajeros) en los últimos cuatro años, ahora tiene que competir férreamente con su habitual habilidad de mercadeo, diseño

y oportunidad, no solamente con sus vecinos de patio, sino con los importadores. Y se mantiene adelante en automóviles (modelos 323, 626), combinando con importaciones de alta gama (tipo 929). CCA-Mazda colocó en 1992 sus primeras unidades de camiones livianos en Venezuela y Ecuador. Tiene en sus pedidos en mayo casi 7.000 unidades para los países vecinos -dos tercios a Venezuela (Asahi-L, Matsuri, 626); un tercio (Taxis 323) al Ecuador-, ampliando al mismo tiempo una red propia de mercado dentro del Pacto Andino y empezando una sub-especialización bajo contrato especial (como Toyota con Sofasa-Renault) de la marca Mitsubishi, con Venezuela, proyectando internacionalmente su exitoso ensamble de camperos japoneses Mitsubishi, aparte de sus automóviles para pasajeros, camiones y Pick-Ups Mazda desde hace cuatro años en Colombia.

En conjunto, las ensambladoras, han incrementado sus compras totales de autopartes y componentes colombianos en alrededor del 25 por ciento en volumen, y arriba del 21 por ciento en valor/ año. Una sola

empresa GM pasó (1992) de 36.000 millones en compras locales de autopartes, a 47.000 millones de pesos, equivalentes a US \$ 48 millones y 80 millones, respectivamente².

Según los dirigentes de CCA-Mazda, está maduro el momento de la ampliación. CCA-Mazda podría producir, hoy, máximo 28 mil vehículos al año, frente a 50.000 de SOFASA-Renault y 62.000 de General Motors aquí.

Privatización e Integración

El mas nuevo y contundente elemento en éste mercado es que la Integración Automotriz Andina salió del gobierno, quedando plenamente en manos de los productores, quienes entre tanto han privatizado totalmente sus empresas, adquiriendo las partes del gobierno colombiano, y de los fideicomisarios para-estatales. Efecto directo es la integración interempresarial panandina. Multinacional tras Multinacional, en Venezuela, Colombia y Ecuador: En condiciones de mercado abierto, internacionalización y "neoliberalismo económico", coin-

²Convertidos a una tasa de mercado de pesos \$770.-

cidente en cada uno de éstos tres países. Y de ellos entre sí, como lo indican las cifras del comercio colombiano-venezolano de automotores (virtualmente del "cero" del contrabando, a más de US\$ 100 millones de intercambio automotriz global, previstos para el próximo año), y el inicio de proceso igual de ambos países con el Ecuador. Ello, con extensión probable posterior al resto del Pacto Andino, donde las políticas macro-económicas, coincidentes con alto grado en Bolivia ahora se extiende en Perú.

Los ensambladores -empezando por sus multinacionales matrices- están pensando seriamente como hecho efectivo en un mercado que pueda dar a mediano/ largo plazo (2-7 años; 1995\ 2000), cupo de mercado a las plantas principales, de 60.000 unidades en promedio, y otro tanto para los importados. Eso significaría que a un mercado virtualmente adormecido durante décadas, empieza a despertarlo el ruido de los motores de todo tipo ofreciendo los mínimos vitales de producción básica a cada una de las tres ensambladoras con más de un tercio de siglo de experiencia local, en términos de estandarización interna-

cional para las plantas básicas menores, aptas para integración de partes locales superior al 50 por ciento, y con nivel\status superior a la "maquilla" y el ensamblaje. Un punto de comparación es la producción y venta interna de Venezuela de alrededor de 120.000 unidades por año en sus críticos y encarecidos años noventa, para una población bordeando los 20 millones. Si se estabiliza la producción automotriz colombiana con las tendencias de 1992/3, alcanzaría el seis por ciento del producto industrial total, y duplicaría su aporte al PIB.

Efecto en el PIB

Observando la economía del país, en su conjunto, si se le adiciona el "Boom" automotriz al incremento productivo de la minería (hoy 10 por ciento del total agregado), al lado de una más estable industria de la construcción, surge un cambio estructural evidente del producto interno, capaz de desdibujar el semblante subdesarrollado. Su despegue hacia el desarrollo intermedio, de país agrario con baja industrialización, a país agrario-industrial, podría estar acercándose.

Administración

El limitante principal, empero, desde el campo automotriz, puede ser la combinación de sobreprecio que el Estado colombiano impone a cada vehículo: 80% (arancel, 45%; impuesto de ventas, 35%). O desaceleración de los programas gerenciales y productivos de mayor eficiencia financiera, mas alta productividad, o caída bilateral, y equilibrada, del intercambio Interandino. Sin descontar la eventual tendencia de las ensambladoras de importar mas que producir. Esto, si bien posible, menos probable por cuanto su desarrollo tiene como elemento principal el mercado ampliado andino, con producción/ensamblajes propios. Pero requiere equilibrio, en ambas direcciones.

Un Mercado de Prueba

Entretanto, las vitrinas muestran productos de mas de treinta marcas: todas las norteamericanas, francesas, inglesas, italianas, suecas y japonesas; todos los productos de España y Corea, a mas de vehículos rusos, rumanos, poloneses y de subsidiarias norteamericanas, alemanas y francesas, de Argentina, Brasil y México. Al tiempo que empieza a desarrollar su producción una nueva

ensambladora de vehículos de buses y camiones en Cúcuta (frontera con Venezuela, bajo licencia de Mercedes Benz), y otra se prepara en Cali (sur-occidente, para camperos japoneses, y posiblemente una versión norteamericana).

Un antecedente reciente ayuda a entender no solamente lo contradictorio y específico del mercado colombiano y sus perspectivas, sino que demanda mas imaginación de la corriente, inclusive entre los mas grandes productores mundiales: la Regie Renault (ahora dueña 100% de Sofasa en Colombia), culminó y puso en práctica aquí, el primer convenio europeo-asiático, franco-japonés, para adicionar su oferta automotriz, al pactar y comenzar en Colombia la producción de camperos y Pick-Ups Toyota. Un hecho que pasó otras fronteras, por cuanto así SOFASA-Renault empezó a descontar la ventaja que le tomó la CCA-Mazda, en el terreno de los vehículos camperos contratando el ensamblaje de los Mitsubishi, igualmente japoneses como Mazda. Esta decisión "rompió el celofán", y de efecto táctico en un mercado restringido, adquirió valor estratégico internacional, no solo para otros

países equivalentes. Las alianzas que empiezan a dibujarse aquí, indican un valor entendido claro para las grandes multinacionales del automóvil, en un segmento del Pacto Andino, mas allá de lo abiertamente reconocido.

Entre las respuestas previsibles, está la que Mazda tiene en mente: proyecta crear una organización de ensamblaje/producción y mercadeo en Colombia, que vaya mas allá de la frontera, con visión suramericana y caribeña, en conjunto con los mercados vecinos de Ecuador y Venezuela, todos miembros del Pacto Andino de integración económica, junto con Bolivia y Perú, estrechamente relacionado con el mercado común centroamericano, el Mercado libre del caribe, y el naciente G-3 de Colombia y Venezuela con México.

Vitrina y Realidad

La nueva carrera de producción, mercado y servicio automotrices en Colombia, colocó intempestivamente en la grilla de partida, a todos los interesados del mundo entero, en momentos de recesión generalizada en los grandes centros produc-

tores de Europa y Norteamérica. Al afianzamiento del mercado aquí, habrá de seguir, sin duda, la "decanación" de todos, reflejando la puja internacional. Al mismo tiempo habrá de ir cuantificándose y reflejándose expresamente en las ventas, cuan grande es el mercado contenido, la elasticidad de la demanda solvente, la realidad del poder de compra a mediano y largo plazos. Al igual que la solidez y calidad de la oferta en términos de respuesta pronta y eficiente. No solo entre los productores locales sino frente a los importadores, para un público incomparablemente mas conocedor, exigente y con nuevo poder de negociación y compra, que cuando la "apertura" llegó le permitió empezar a familiarizarse "en directo" con el estado actual de la industria y sus productos, al día, en todas partes.

La posventa -bien o mal atendida, incluyendo repuestos oportunos en primer lugar- podrá marcar directamente la diferencia. Por lo pronto la perspectiva es que un nuevo mercado pueda desarrollarse en el centro de latinoamérica, con los últimos modelos y los precios competitivos como llave maestra.

LA VITRINA COLOMBIANA

A mediados de éste año el "Boom" del automóvil en Colombia, se podía resumir mediante la oferta, en vitrina:

BMW	12 modelos. Desde el 318 4, hasta el 850 CSi	
BUICK, CADILLAC, PONTIAC:	11 modelos en conjunto	
CHEVROLET	(*)44 opciones principales	6 variables
CITROEN	6 modelos (A, Z, B, Mx)	
DAEWOO	4 modelos	6 variantes
DAIHSATSU	(*)4 tipos	8 variantes
DACIA	3 tipos	6 variantes
DODGE/CHRYSLER:	8 modelos	
FIAT	4 modelos	6 variantes
FORD	11 modelos	4 variantes
HINO	3 modelos	2 variantes
HONDA	Todos sus autos, con	16 variantes y tipos

INTERNACIONAL	6 modelos	3 variantes
JEEP	6 modelos	4 variantes
KENNNWORTH	7 modelos	5 opciones/variantes
KIA	3 modelos	4 variantes
LADA	3 modelos	5 variantes
LANCIA	3 modelos	3 variantes
LAND ROVER	5 modelos	8 variantes
MAZDA	(*)7 modelos	14 variantes
MACK	4 modelos	3 variantes
MINICORD	1 modelo	2 variantes
MITSUBISHI	(*)3 modelos	6 variantes
NISSAN	9 modelos	26 variantes
OLTCIT	2 modelos	
PEUGEOT	3 modelos	11 variantes
PONTIAC	1 modelo	1 variante
RENAULT	(*)4 modelos	16 variantes
TAVRIA	1 modelo	
TOYOTA	(*)7 modelos	14 variantes
VOLKSWAGEN	5 modelos	8 variantes
VOLVO	3 modelos	9 variantes
YUGO	1 modelo	

FUENTE: encuesta con los Distribuidores.

(*)Incluye modelos de la producción local

Esto, en términos de economía de empresa.

De Interés Global

A partir de una primera aproximación a éste tema de socio-economía y política económica abiertas en un país en desarrollo, se puede anticipar que habrá temas de creciente interés aquí:

*Desde el mercadeo hasta el servicio posventa, para la administración empresarial;

*Desde el cálculo efectivo con vuelco al mercado de los costos de producción y de financiación, inclusive del componente "interés compuesto" y de impuestos en el precio final, como acicate para la contaduría y las finanzas;

*Así como la aplicación concreta de medidas macroeconómicas, pasadas por el tamis de la integración económica, en condiciones de intervención directa de Empresas Multinacionales, encargadas del diseño de la oferta y de la distribución de los mercados, en el centro y en la perifería continentales.

Inclusive para los diagramadores del desarrollo en los países andinos, el hecho económico real de los cambios de costumbres y la aplicación de variables psicológicas masivamente en términos keynesianos-, al lado de la conversión de vehículos automotrices de la gama en objetos de inversión, en ascenso a "bienes refugio"

*Junto con vuelcos no específicamente planificados por el Estado en su dimensión plena, para producir transformaciones en la estructura del PIB -y hasta en la pirámide de los ingresos fiscales-, con sus impactos básicos en producción de Energía, Crédito, desarrollo y mantenimiento de las redes de infraestructura, ante la variante ("escenario" diría Planeación Nacional) de llegar al año dos mil con el parque automotor duplicado.

Todo, en conjunto, configura otra problemática interesante para investigación a mediano y largo plazos. Al fin y al cabo, la compra de un vehículo familiar es la segunda gran decisión económica personal en toda la vida, luego de la vivienda propia. Y ahora parece que puede empezar a afectar, directa e indirecta-

Administración

mente en la región andina, la vida de todos.

BIBLIOGRAFIA:

Informes Anuales de Naciones Unidas, 1990 a 1992.

Informes Anuales de Sofasa. CCA-Mazda, 1985 a 1992.

Informes Anuales de Chrysler-Colmotores-MG y M,G-Colombia de 1960 a 1992.

Informes de ACOLFA a las asambleas anuales de asociados (1980 a 1992).

Reportes del Ministerio de Desarrollo Económico (1987 a 1990) y la Superintendencia de Industria y Comercio /Anuales/Industria de Ensamblaje en Colombia/ 1970/1992.

* * * * *