

REPUBLICA DEL ECUADOR  
INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS  
NACIONALES



TRABAJO DE INVESTIGACION INDIVIDUAL

DIPLOMADO SUPERIOR EN ALTA GERENCIA

**“ PROYECTO DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ  
EN LA ECONOMIA DEL ECUADOR ”**

ING. ANNABELLA W. RIVERA A.

B

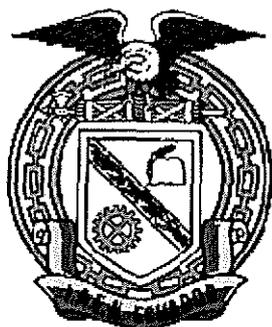
III CURSO

2007

**REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES**

**FACULTAD DE GERENCIA EMPRESARIAL**



**TRABAJO DE INVESTIGACION INDIVIDUAL**

**DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA**

**“ANALISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ**

**EN LA ECONOMIA DEL ECUADOR”**

Ing. ANNABELLA W. RIVERA A.

**III DIPLOMADO**

**2006-2007**

**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES**  
**DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA**  
**PROYECTO DE MONOGRAFIA**

---



---

Proyecto de Monografía:  
“Análisis de la Importancia de la Industria Automotriz en la Economía del Ecuador”  
Realizado por: Annabella Rivera A.  
III DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA

**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES  
DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA  
PROYECTO DE MONOGRAFIA**

---



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**SECRETARIA GENERAL DEL CONSEJO DE SEGURIDAD NACIONAL**

**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES**

**III DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA**

**TEMA DE LA MONOGRAFÍA:**

**“ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ  
EN LA ECONOMIA DEL ECUADOR”**

**AUTOR:**

**Ing. ANNABELLA W. RIVERA ALVEAR**

**ASESOR - DIRECTOR DE TESIS:**

**Arq. Bolívar Muñoz**

**Quito, Junio de 2007**

INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES  
DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA  
PROYECTO DE MONOGRAFIA

---



**Dedicatoria:**

*A Dios Todopoderoso a quien le debo todo lo que soy y lo que tengo*

*A mis padres porque siempre han estado a mi lado*

*A mi esposo por su constante apoyo*

*A mis hijos por su cariño incondicional*

*Con todo mi amor,*

*Annabella Rivera A.*



**ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN  
LA ECONOMIA DEL ECUADOR**

**RESUMEN EJECUTIVO**

En la historia reciente del país se ha presentado una profunda crisis, debido al divorcio funcional existente entre los aspectos políticos, sociales y económicos, que han limitado y perjudicado el equilibrio y la dinámica de los mercados. Simultáneamente los vacíos jurídicos existentes, la pérdida de institucionalidad y las políticas públicas deficientes han sumido al Ecuador en una situación de profunda inestabilidad e incertidumbre que ha afectado al sector público, al privado y a la sociedad civil de forma generalizada.

Sin embargo, a pesar de los altibajos, algunas industrias manufactureras del país han logrado mantenerse en el mercado y han contribuido así de manera positiva al desarrollo sostenido y sustentable de la economía ecuatoriana. Sin lugar a dudas, a este selecto grupo de manufactureras pertenece la industria automotriz. Aunque Ecuador es un país relativamente pequeño, existen en la actualidad tres ensambladoras de vehículos, las cuales son grandes generadoras de riqueza para nuestra patria: Ómnibus BB, Maresa y Aymesa. Cabe mencionar que esta última ensambladora cerró sus puertas en el año 1994 y reabrió sus operaciones en este año 2007.

Afortunadamente en este milenio, y en gran medida gracias a la dolarización, el mercado de compra y venta de vehículos ha reaccionado favorablemente, y se puede decir que esta tendencia se ha mantenido a lo largo del tiempo.

Casi ininterrumpidamente la comercialización de vehículos en el Ecuador se ha caracterizado por su crecimiento, ya que las ventas se han incrementado en este siglo en todos los años a excepción del año 2003 que fue el que siguió a un año 2002 especialmente excepcional en el cual se vendieron casi 70.000 unidades. Las ventas acumuladas en el año 2006 ascendieron a un total de 84.505 unidades, constituyéndose este entonces en el año record del volumen de venta de vehículos en nuestro país. Para el 2006 el 50,54% de las ventas en unidades fueron automóviles, el 22,41% fueron camionetas, el 18,19% fueron todo terreno, el 1,84% fueron vans y el restante 7,01% fueron camiones y buses.



En referencia a la fabricación nacional el año 2006 terminó con una producción local de 51.762 unidades, de las cuales el 88% fueron ensambladas por Ómnibus BB y el resto por Maresa. De estos vehículos producidos en el 2006 el 49,74% fueron camionetas, el 32,70% fueron automóviles, el 17,39% fueron todo terreno y el restante 0,17% fueron camiones y buses.

En cuanto a los productos extranjeros se puede afirmar que las importaciones de vehículos han crecido paralelamente con la producción nacional. En el 2006 se importaron 57.476 vehículos, de los cuales el 53,11% fueron automóviles, el 7,62% fueron camionetas, el 20,10% fueron todo terreno y el restante 19,17% fueron furgones, buses y camiones.

Por otro lado, en estos últimos años son dos las ensambladoras que han exportado sus vehículos: Maresa y Ómnibus BB, sin embargo en el 2005 y 2006 solo la última envió sus productos al exterior. Paradójicamente en estos dos mismos años ha habido un repunte fabuloso de los volúmenes de exportación de automotores, pasando de 9.308 unidades exportadas en el 2003 a 13.481 en el 2005 y a 20.283 en el 2006. Es decir en los últimos dos años ha habido un crecimiento promedio del 67,75% anual en cuanto a exportaciones pese a que sólo una ensambladora exportó sus productos. Los destinos tradicionales de las exportaciones de vehículos nacionales han sido Colombia y Venezuela, esto debido en gran parte al Convenio de Complementación Industrial en el Sector Automotor que se firmó en el año 1999.

Las ensambladoras de vehículos han logrado trascender el ámbito específico de su sector y actualmente su influencia es muy alta en varios otros entornos. La industria automotriz no sólo contribuye al desarrollo del país por la gran cantidad de mano de obra que emplea, sino que adicionalmente es uno de los grandes contribuyentes en aspectos tributarios, impositivos y arancelarios.

Por otro lado la industria automotriz es generadora de varios sectores económicos directos tales como la producción de partes complementarias de ensamble, las concesiones de venta de vehículos, etc. Pero además influencia a otros sectores conexos tales como la comercialización de combustibles, la compra y venta de partes automotrices, repuestos y accesorios; talleres de mantenimiento y reparación, servicios de aseguramiento de vehículos, servicios de financiación para la compra de automotores, consorcios de compra de carros, etc.

**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES**  
**DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA**  
**PROYECTO DE MONOGRAFIA**

---



Las ensambladoras de vehículos han sido capaces, aún en épocas de crisis, de satisfacer a sus clientes con excelentes productos y servicios comercializados a precios competitivos y fabricados bajo condiciones de eficiencia operativa. Y más aún han podido enfrentar con éxito el ingreso de grandes volúmenes de importación de vehículos de muchas marcas, tipos y características que han venido a competir con los productos nacionales.

Todo lo mencionado anteriormente demuestra que aún en una economía dolarizada como la nuestra sí vale la pena invertir en las industrias manufactureras, siempre y cuando estas produzcan productos de alta calidad capaces de competir exitosamente en mercados internacionales.

**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES**  
**DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA**  
**PROYECTO DE MONOGRAFIA**



**INDICE**

	Página
<b><u>CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL</u></b>	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Formulación del problema	2
1.4 Delimitación del problema	2
1.5 Objetivos	2
1.6 Justificación	3
1.7 Breve descripción metodológica	3
<b><u>CAPITULO II: MARCO TEORICO</u></b>	
2.1 Base teórica para el Análisis Filosófico	4
2.2 Base teórica para el Análisis Técnico	4
2.3 Base teórica para el Análisis Psicosocial	5
<b><u>CAPITULO III: ANALISIS</u></b>	
3.1 Análisis Filosófico	6
3.1.1 Análisis PEST	6
3.1.2 Análisis FODA	9
3.1.3 Análisis de Mercado y Competencia	11
3.2 Análisis Técnico	12
3.2.1 Perfil competitivo de la industria automotriz	12
3.2.2 Factores críticos de éxito	16
3.2.3 Tipo de mercado	18
3.2.4 Ciclo de vida del producto	19
3.2.5 Mezcla de marketing	19
3.2.6 Cadena de valor	22
3.2.7 Stakeholders	24
3.2.8 Aspectos económicos y macroeconómicos	25
3.2.9 Aspectos fiscales y tributarios	26
3.2.10 Aspectos legales	28
3.2.11 Producción nacional, importaciones y exportaciones	29
3.2.12 Ventas y participación de mercado	32
3.3 Análisis Psicosocial	35
3.3.1 Bienestar y calidad de vida	35
3.3.2 Aspectos laborales	36
3.3.3 Aspectos técnicos y tecnológicos	36
3.3.4 Aspectos medioambientales	37
<b><u>CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u></b>	
4.1 Conclusiones	38
4.2 Recomendaciones	39
4.3 Bibliografía	40



---

**ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN  
LA ECONOMIA DEL ECUADOR**

**CAPITULO I: MARCO REFERENCIAL**

**1.1 Planteamiento del problema**

Para garantizar el futuro del país es menester que hoy comprendamos y divulguemos la verdadera importancia de mantener industrias operando en nuestro territorio. No podemos simplemente sentarnos a esperar que otros países produzcan bienes o servicios y nos los exporten, sino que tenemos que mantener y crear nuevas fábricas que nos permitan producir y exportar productos de calidad capaces de competir en mercados internacionales. Todo esto no es trascendente solamente para garantizar el ingreso de divisas a nuestra economía dolarizada, sino también para permitir el mantenimiento y generación de plazas de empleo y así mismo engendrar todo el movimiento de compra-venta necesario para la operación de las industrias.

El propósito de esta monografía es presentar datos informativos actuales y de la historia reciente de la industria automotriz y traducir esa información en argumentos válidos que demuestren la trascendencia de apoyar la existencia de empresas industriales en nuestro país.

**1.2 Antecedentes**

En nuestro país actualmente existen tres plantas ensambladoras que están operando:

- Omnibus BB que es la empresa que ha venido liderando ininterrumpidamente la actividad de ensamblaje en el país y que produce exclusivamente vehículos de marca Chevrolet, esto debido a que la multinacional General Motors Corp. es su principal accionista. Esta empresa mantiene una participación de mercado del 88% del total de la industria y para el 2006 tuvo un crecimiento del 18,43% respecto a su producción del 2005.
- Maresa, que es la segunda ensambladora local, la cual produce vehículos de la marca Mazda. Su participación de mercado es del 12% y para el 2006 tuvo un crecimiento del 25,85% respecto al año anterior.
- Aymesa, que en este año 2007 reabrió sus operaciones de ensamblaje luego de que esta planta cerró temporalmente en septiembre del 2004. Es decir que en este año ya existe una nueva planta de ensamble en el país, la cual actualmente está fabricando vehículos de marca Kia.



### **1.3 Formulación del problema**

En las últimas décadas nuestro país se ha convertido en una economía altamente dependiente de sus importaciones, incapaz de auto-satisfacerse en términos de provisión de bienes manufacturados.

Hemos tenido que ver con pesar, como muchas de las fábricas que antes conocíamos han cerrado sus puertas dando paso al ingreso de productos foráneos que han venido a suplir las necesidades de los consumidores ecuatorianos. De aquí nace la necesidad de rescatar y potenciar la industria manufacturera ecuatoriana para que ésta no termine de desaparecer, sino que ojalá se refuerce y crezca en los próximos años.

### **1.4 Delimitación del problema**

El contenido del presente trabajo abarcará los aspectos más relevantes referentes al sector automotriz en general, incluyendo tanto los vehículos ensamblados localmente como los vehículos importados. Sin embargo, por el propósito que se persigue en esta monografía, se prestará especial atención a la temática referente a los fabricantes que mantienen plantas ensambladoras operando en el país.

La mayoría de la información que se presentará en este documento corresponde a los últimos cinco años y estos son los datos sobre los cuales se realizarán los análisis respectivos; no obstante, y en razón de la disponibilidad de la información en algunos casos se presentan datos históricos más ampliados que pretenden ilustrar de mejor manera las tendencias del mercado.

### **1.5 Objetivos**

Objetivo general:

- Establecer criterios que demuestren, con certeza, que la industria automotriz es en la actualidad uno de los sectores más importantes para la economía del país.

Objetivos específicos:

- Recalcar la trascendencia que tiene la defensa de la producción de bienes industriales en el territorio ecuatoriano.
- Dimensionar el impacto que tiene la industria automotriz sobre otros sectores de la economía del país.
- Explicar la relevancia de la industria automotriz como ente generador de divisas y como verdadero motor del desarrollo del país.



### 1.6 Justificación

La razón por la que se ha decidido analizar este tema se basa principalmente en los siguientes razonamientos:

- De acuerdo a las estadísticas acumuladas en las tres últimas décadas el sector automotor es uno de los pocos sectores de la economía que ha crecido casi ininterrumpidamente en los últimos años y además forma parte del todavía más pequeño grupo de industrias que se ha sostenido durante la última década como empresas manufactureras per se.
- El sector automotor es en la actualidad, y desde hace varios años, el mayor exportador industrial del Ecuador.
- La industria de ensamblaje de vehículos impacta directa e indirectamente a varias otras industrias y sectores económicos.

### 1.7 Breve descripción metodológica

Para el desarrollo del presente trabajo se va a seguir la siguiente estructura metodológica:

- Descripción del macro-entorno de la industria.
- Presentación de las características más relevantes del mercado.
- Determinación del perfil competitivo de la industria automotriz.
- Identificación de los factores críticos de éxito.
- Establecimiento de tipo de mercado, ciclo de vida del producto y mezcla de marketing.
- Exposición de los componentes de la cadena de valor y los stakeholders.
- Establecimiento de tipo de mercado, ciclo de vida del producto y mezcla de marketing.
- Análisis de aspectos económicos y macroeconómicos.
- Análisis de aspectos fiscales y tributarios.
- Análisis de aspectos legales.
- Caracterización de la oferta.
- Dimensionamiento de la demanda.
- Observación del impacto sobre temas sociales.
- Emisión de conclusiones y recomendaciones en base a lo observado en los puntos anteriores.



---

**ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN  
LA ECONOMIA DEL ECUADOR**

## **CAPITULO II: MARCO TEORICO**

La etapa de análisis se dividirá en tres partes: análisis filosófico, análisis técnico y análisis psicosocial.

### **2.1 Base teórica para el Análisis Filosófico**

Para el Análisis Filosófico se usará los siguientes conceptos:

**Análisis PEST**, que en un método para entender todos los factores endógenos que afectan a una industria, de acuerdo a sus siglas esta metodología subdivide su análisis para el estudio de los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos.

**Análisis FODA**, que consiste en realizar un examen al interior de la industria para conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que le afectan.

**Análisis de Mercado y Competencia**, que persigue la comprensión de la importancia de las relaciones con los clientes, las relaciones con los competidores, las relaciones con los proveedores y definir las barreras de entrada y salida que existen en las industrias.

### **2.2 Base teórica para el Análisis Técnico**

Para el Análisis Técnico se adoptarán los siguientes planteamientos:

**Perfil competitivo**, que determina la intensidad del nivel de competencia dentro de una industria, apoyándose en los siguientes cinco puntos: rivalidad de la industria, nuevos competidores, poder de los clientes, poder de los proveedores y amenaza de sustitutos.

**Factores críticos de éxito**, que pretende encontrar aquellos aspectos que el mercado valora y que son fuente de ventaja competitiva.

**Tipo de mercado**, que encapsula las características del sector en una clase específica de mercado.

**Ciclo de vida del producto**, que determina la relación existente entre la condición actual de desarrollo del producto en el mercado y su período de estancia en el mismo.



**Mezcla de marketing**, que estudia el modelo de negocio de las empresas a través del análisis de las llamadas "4 Ps": Producto, Precio, Promoción y Plaza.

**Cadena de valor**, que esquematiza la interrelación de los procesos internos de la empresa con su cadena de suministro y sus canales de distribución.

**Stakeholders**, que establece todo el conjunto de entes que están relacionados en una u otra forma y medida con la industria.

**Aspectos económicos y macroeconómicos**, que se fundamenta en la observación del aporte de la industria al PIR del país y su impacto en productos/sectores complementarios.

**Aspectos fiscales y tributarios**, para entender los aspectos impositivos que afectan a esta industria en particular.

**Producción nacional, importaciones y exportaciones**, para entender la composición de la oferta.

**Ventas y participación de mercado**, para dimensionar el comportamiento de la demanda.

**Aspectos legales**, para fijarse en los puntos de la legislación que más afectan a la industria.

### 2.3 Base teórica para el Análisis Psicosocial

Para el Análisis Psicosocial se considerarán los siguientes puntos:

**Bienestar y calidad de vida**, para entender el impacto de la industria en el comportamiento de los individuos.

**Aspectos laborales**, enfocada a dimensionar los niveles de generación de empleo producidos en el medio.

**Aspectos técnicos y tecnológicos**, que busca entender el nivel de desarrollo alcanzado por los productos.

**Aspectos medioambientales**, que describe el grado de afectación de este sector sobre los temas de interés ecológico.



---

**ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN  
LA ECONOMIA DEL ECUADOR**

**CAPITULO III: ANALISIS**

**3.1 Análisis Filosófico**

Para el Análisis Filosófico se realizará un estudio, desde un punto de vista teórico, de los principales factores endógenos y exógenos que afectan a la industria, con miras a comprender la realidad del sector, el mercado y la competencia.

**3.1.1 Análisis PEST**

En este análisis se tomarán en consideración los aspectos endógenos que influyen en la industria automotriz, enfocándose en las características más relevantes en lo que a político, económico, social y tecnológico se refiere.

**3.1.1.1 Entorno político**

- Mercado laboral:  
En el país existen suficientes profesionales capacitados y/o especializados para que puedan trabajar en el sector  
Impacto: Medio
  
- Mercado de capitales:  
El acceso al capital es difícil y relativamente alto en cuanto a intereses  
Impacto: Alto
  
- Marco legal:  
El estado promueve un ambiente de libre competencia en las empresas en todos los sectores en general, y así mismo en el sector automotriz  
Impacto: Alto
  
- Mercado de productos y servicios:  
Existen muchos competidores en el mercado automotriz, y algunos de ellos tienen plantas ensambladoras operando en el país  
Impacto: Alto



### 3.1.1.2 Entorno económico

- **Empleados:**  
La mano de obra que labora en el sector se conforma principalmente por ingenieros, técnicos y tecnólogos especializados en las ramas automotriz, mecánica e industrial  
Impacto: Medio
  
- **Accionistas:**  
Los accionistas del sector son muy diversos, ya que van desde las personas particulares hasta los consorcios y las multinacionales.  
Impacto: Medio
  
- **Bancos:**  
Las fuentes de financiamiento que mueven al sector son variadas, ya que algunas empresas reciben fondos de sus casas matrices mientras que otras trabajan con bancos locales.  
Impacto: Medio
  
- **Clientes:**  
La gama de clientes de la industria es muy extensa, ya que va desde los consumidores domésticos y particulares hasta los compradores de flotas de vehículos  
Impacto: Medio
  
- **Proveedores:**  
Pese a que existen muchas empresas locales que proveen insumos a la industria automotriz sin embargo por la misma naturaleza del negocio se tienen proveedores extranjeros que suplen los principales componentes.  
Impacto: Alto

### 3.1.1.3 Entorno social

- **Estructura demográfica:**  
El Ecuador es un país que tiene una estructura demográfica moderada y adicionalmente es un país con grandes brechas entre los sectores sociales en relación a su poder adquisitivo  
Impacto: Medio
  
- **Estabilidad macro-económica:**  
Se estima que en la época actual y en el corto y mediano plazo sí existirá una mediana estabilidad macro-económica de forma que la industria automotriz siga operando  
Impacto: Medio



- **Tamaño y naturaleza de la economía:**  
Estamos hablando de una economía relativamente pequeña y con baja capacidad de consumo, sin embargo para el sector automotor se evidencia una tendencia hacia el crecimiento  
Impacto: Alto
- **Rol del gobierno en la economía:**  
Aunque el gobierno participa de cierta forma en la economía, generalmente lo hace en favor de las empresas del sector apoyando el libre comercio en general.  
Impacto: Medio
- **Relaciones internacionales:**  
Existen ciertos tratados internacionales aplicables al sector automotor y que resultan realmente trascendentes para el normal desarrollo de la industria en el país  
Impacto: Alto
- **Estructura política:**  
La estructura política no debiera afectar mayormente el escenario competitivo, ya que el gobierno hasta el momento no ha implantado políticas que hayan afectado a las empresas industriales  
Impacto: Medio
- **Medio ambiente:**  
Aunque existen ciertas regulaciones ambientales aplicables a las industrias del sector así como a sus productos y servicios, sin embargo se puede afirmar que en El Ecuador todavía no existe una cultura medioambiente desarrollada, sino que más bien recién se está empezando a trabajar en estos temas.  
Impacto: Medio
- **Comercio internacional:**  
Debido a que en el país existen solamente plantas ensambladoras de vehículos, no fabricantes integrales, entonces es trascendente la provisión de componentes principales desde fuentes externas  
Impacto: Alto
- **Acceso a información por los clientes:**  
En general los compradores tienen cierto conocimiento básico sobre los productos y servicios del sector y tienen mediana facilidad de acceso a la información relacionada  
Impacto: Medio



- **Cultura de consumo:**  
En nuestro país la cultura de consumo es baja en general, y también lo es en cuanto a los hábitos de compra y utilización de los productos y servicios automotrices  
Impacto: Medio
- **Sistema y nivel educacional:**  
El nivel educativo ecuatoriano no es precisamente un modelo de excelencia, sin embargo las personas que usualmente tienen la posibilidad económica suficiente para adquirir un vehículo si tienen un nivel educativo más alto que el promedio  
Impacto: Medio
- **Cultura y valores:**  
La cultura y los valores de los ecuatorianos apoyan la creencia de que poseer un vehículo propio evidencia la posición económica y social de los individuos  
Impacto: Medio

#### **3.1.1.4 Entorno tecnológico**

- **Disponibilidad y soporte:**  
Los dispositivos eléctricos y electrónicos necesarios tanto para la fabricación como para el ensamble de vehículos a menudo no se encuentran en el mercado local por lo cual es necesario importar tecnología especializada para adaptarla a las industrias locales, así mismo el soporte técnico y de operación frecuentemente requiere contactar especialistas fuera del país  
Impacto: Alto
- **Tendencias:**  
Cada vez más los automóviles incorporan componentes tecnológicos como parte de sus componentes, y últimamente estas mejoras se han venido encaminando hacia el ahorro de energía y combustibles y así mismo hacia la reducción de los niveles de contaminación y las emanaciones de los automotores  
Impacto: Medio

#### **3.1.2 Análisis FODA**

Se observará hacia el interior de la industria automotriz para llegar a determinar aquellas características propias que constituyen sus fortalezas, oportunidades, debilidades y/o amenazas y que intervienen de forma trascendente para lograr el éxito en el mercado.



### 3.1.2.1 Fortalezas

- Disponibilidad de mano de obra capacitada
- Experiencia en el sector
- Costos de mano de obra más bajos que otros países
- Apoyo del gobierno en el sentido de que las importaciones de vehículos están gravadas por aranceles bastante altos, de esta forma la industria automotriz ecuatoriana hasta el momento ha podido mantener precios de venta más bajos que los importadores

### 3.1.2.2 Oportunidades

- Servicios de transporte público deficientes
- Escasez de servicios de transporte alternativos
- Necesidad de los compradores de realizar inversiones relativamente "seguras", esto en gran parte se produjo a partir de la crisis bancaria ya que la gente prefiere comprar bienes tangibles en vez de tener sus ahorros en las entidades financieras
- Tendencia hacia la renovación anual del parque automotor y la desincorporación de vehículos que han cumplido su vida útil
- Aprovechar su condición de fabricantes y apalancarse en la condición de "Hecho en Ecuador" de sus productos
- Complementar su portafolio de vehículos nacionales con vehículos importados para los productos que no fabrican localmente
- Aumentar las zonas de cobertura y características de sus servicios posventa
- Alianzas estratégicas y de cooperación con empresas de otros sectores ya sean directa o indirectamente relacionados

### 3.1.2.3 Debilidades

- Recursos económicos, especialmente en cuanto a las fuentes de financiamiento
- Disponibilidad de partes locales y componentes tecnológicos
- Pocos y baja calidad de proveedores nacionales
- Alto costo y complejidad del proceso de producción por lo cual se requiere la implantación de economías de escala y además mano de obra especializada y capacitada
- Alta dependencia de los proveedores de partes primarias de ensamble



#### **3.1.2.4 Amenazas**

- Apertura de importaciones
- Medios de transporte alternativos (trenes, motocicletas, etc.)
- Normativas legales vigentes
- Estructura aduanera y fiscal
- La importación, compra, venta y tenencia de automotores están gravados por una gran carga impositiva, tanto los locales como los importados, tanto los nuevos como los usados

#### **3.1.3 Análisis de Mercado y Competencia**

En este análisis se explorará la importancia de las interrelaciones a lo largo de la cadena de valor de la empresa (clientes y proveedores) y también se indagará sobre la relevancia del relacionamiento con la competencia. Además se comentará sobre las barreras de entrada y salida que afectan a las industrias ensambladoras.

##### **3.1.3.1 Relación con clientes**

- Es importante lograr la lealtad de los clientes ya que uno de los objetivos de las empresas del sector es retener a sus clientes para que vuelvan a adquirir la marca cuando renueven sus vehículos particulares o flotas. Los clientes que compran vehículos nuevos siempre están buscando la mejor relación costo-beneficio, por lo cual es importante que las ensambladoras siempre estén atentas a escuchar la voz de sus clientes.

Importancia: Alta

##### **3.1.3.2 Relación con competidores**

- Debido a la importancia del sector y las altas inversiones de las ensambladoras es importante que se mantenga un ambiente de relativa armonía entre los competidores del sector para que, agrupados en la asociación que los representa CINAЕ (Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana) puedan tener más influencia frente a los importadores quienes tienen intereses totalmente diferentes a los suyos. Con el fin de tener un campo de acción más amplio las ensambladoras también están afiliadas a la AEADE (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador), institución que vela por los intereses de todo el sector automotriz en general.

Importancia: Media



### **3.1.3.3 Relación con proveedores**

- Las empresas pertenecientes a esta industria son altamente dependientes de algunos de sus proveedores, como por ejemplo de aquellos que les proveen los kits de partes de ensamble y otras materias primas. También dependen en buena medida de sus proveedores de partes complementarias de ensamble, y en menor medida del resto de sus proveedores.  
Importancia: Alta

### **3.1.3.4 Barreras de entrada y salida**

- Se requieren economías de escala para obtener ganancias debido a que en esta industria se gana principalmente en función del volumen de ventas  
Importancia: Alta
- Alta inversión en activos fijos, principalmente instalaciones y equipamiento  
Importancia: Media
- Por la complejidad del proceso productivo se requiere contratar personal técnico especializado y entrenarlos permanentemente de forma que no se generen problemas de calidad en el producto  
Importancia: Media
- Cumplimiento de normas y regulaciones locales y además de los estándares de operación de las casas matrices  
Importancia: Baja

## **3.2 Análisis Técnico**

Para el Análisis Técnico se conjugarán elementos conceptuales de teoría organizacional y administración de empresas con datos informativos y estadísticos reales para mostrar el escenario de la industria automotriz tal y como es en la actualidad.

### **3.2.1 Perfil competitivo de la industria automotriz**

Para realizar el análisis del perfil competitivo de la industria automotriz ecuatoriana, se ha decidido utilizar el análisis estructural de los sectores industriales y la competencia planteado por Michael Porter en 1980 en su famoso libro "Estrategia Competitiva", en el cual se considera la existencia de cinco fuerzas competitivas que determinan conjuntamente la



intensidad competitiva así como la rentabilidad del sector, y que resultan cruciales desde el punto de vista de la formulación de la estrategia:

- Rivalidad de la industria
- Nuevos competidores
- Poder de los clientes
- Poder de los proveedores
- Amenaza de sustitutos

### **3.2.1.1 Rivalidad de la industria**

- Tendencia al crecimiento de la rivalidad debido a que en los últimos años han aparecido muchos competidores, especialmente de vehículos importados.
- Ha aumentado significativamente el número de modelos y versiones de producto tanto de importados como de ensamblados localmente.
- Actualmente existe una baja diferenciación de producto.
- La rivalidad seguirá creciendo en el mercado.

#### **Oportunidades**

- Diferenciar el producto a través de la mejora de los servicios complementarios, por ejemplo seguros, financiamiento, servicio posventa.
- Mejorar la calidad de servicio y atención al cliente en los concesionarios y realizar campañas de CRM (Customer Relationship Management) con el fin de hacer seguimiento de los niveles de satisfacción de los clientes y conocer sus futuras necesidades.

### **3.2.1.2 Nuevos competidores**

- En los últimos años han entrado al mercado muchas marcas, algunas de las cuales compiten por diferenciación como por ejemplo las marcas que venden autos de lujo, pero también han entrado marcas que compiten por precio como por ejemplo las marcas chinas.
- Hay pocas probabilidades de que en este año ingresen muchos nuevos competidores, ya que en los últimos años hubo muchas entradas y prácticamente ya todas las marcas están en el mercado ecuatoriano.
- Cuando se abra el libre comercio, seguramente entrarán nuevos competidores al mercado y la rivalidad en el mercado cambiará debido a las nuevas reglas de juego que se establezcan.



- No es probable que se asienten más ensambladoras de vehículos en el país debido principalmente a las altas barreras de entrada existentes en esta industria y también por la situación económica del país en general.

#### Oportunidades

- Crear lealtad a la marca.
- Mejorar la cobertura y calidad de servicios y atención al cliente en los concesionarios para que ésta sea una herramienta diferenciadora.
- Integrar y mejorar los servicios complementarios a la venta de vehículos, tales como financiación, los seguros y el mantenimiento de los vehículos.

#### **3.2.1.3 Poder de los clientes**

- Los concesionarios tienen poder limitado y lo usan de manera adecuada.
- Existen buenas relaciones entre las ensambladoras y sus concesionarios.
- Los clientes finales agrupados en gremios o colectivos (transportistas, taxistas, camioneros, etc.) pueden llegar a tener un alto poder de negociación.

#### Oportunidades:

- Aumentar el número de concesionarios, especialmente los dedicados a venta de repuestos y talleres de servicio.
- Cultivar buenas relaciones con los gremios de transportistas.

#### **3.2.1.4 Poder de los proveedores**

- Los proveedores locales tienen poder limitado y lo usan de manera adecuada
- Existen buenas relaciones entre las ensambladoras y sus proveedores locales
- Los proveedores de partes primarias de ensamble tienen alto poder de negociación y en ocasiones lo han ejercido en desmedro de los intereses de las ensambladoras locales
- Muchas de las negociaciones con los proveedores de partes primarias de ensamble se hacen a través de las casas matrices, las cuales pueden ejercer sobre ellos una presión mucho mayor que la que las ensambladoras locales podrían ejercer por separado.



Oportunidades:

- Aumentar el número de proveedores locales
- Impulsar a sus principales proveedores a la profesionalización de su gestión y presionarlos para que logren certificaciones de calidad que avalen la calidad de sus procesos y productos
- En lo posible mantener buenas relaciones y estar en contacto directo con los proveedores de partes primarias de ensamble y en caso de suscitarse problemas gestionar las soluciones a través de sus casas matrices

### **3.2.1.5 Amenaza de sustitutos**

- Los vehículos importados, que son los sustitutos obvios de los vehículos ensamblados localmente.
- Aunque en los últimos tiempos han habido ciertas mejoras en el transporte público en algunas ciudades del país, sin embargo este sigue siendo bastante deficiente en general
- En cuanto a los autos usados, en Ecuador existe una alta tendencia a comprar automotores de segunda mano debido a sus precios convenientes
- El uso de otros medios de transporte terrestre tales como bicicletas y motos no es muy usual debido a la geografía del país y dadas las condiciones viales y de seguridad existentes. El uso de medios de transporte terrestre alternativos de este tipo se da mayormente en algunos pueblos pequeños de la costa ecuatoriana, sin embargo en las ciudades de la sierra y en las grandes ciudades existentes en el país esta tendencia es muy baja
- Medios de transporte terrestre masivos tales como el metro y el ferrocarril tampoco están desarrollados en el país por falta de recursos y planificación
- Los métodos de transporte no terrestres, es decir los de tipo fluvial, marítimo y aéreo, tampoco constituyen una amenaza en la actualidad
- El método de "car puling", que consiste en que los vehículos circulen por zonas específicas con una cantidad mínima establecida de ocupantes. Por ejemplo, se podría decir que para que un auto circule en el centro de la ciudad debe tener mínimo tres ocupantes, de esta forma se logra maximizar el uso del automotor y los recursos que utiliza para su circulación. Este método aún no ha sido implementado en ninguna ciudad de nuestro país



Oportunidades:

- Mejorar los precios y la financiación para que los vehículos sean más fácilmente accesibles a los consumidores.
- Potenciar la fabricación y venta de vehículos de transporte masivo.
- Que las ensambladoras locales complementen su portafolio de productos de fabricación nacional con productos importados para mantener una amplia oferta de modelos y versiones de vehículos con su propia marca

### **3.2.2 Factores críticos de éxito**

Se realizará la identificación y luego, mediante un ejercicio de priorización, se determinarán los factores críticos de éxito (FCE) para las ensambladoras locales. Los factores críticos de éxito son aquellos aspectos que el mercado valora y que son fuente de ventaja competitiva.

La ventaja competitiva a su vez es la disparidad de recursos existentes entre una empresa y otra u otras, considerándose como recursos a los financieros, capacidad de reacción, ingeniosidad de diseños, imagen de marca y una gama amplia adicional de realidades a favor de una empresa en comparación con otras.

Para encontrar los factores críticos de éxito es necesario responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los aspectos que el cliente del mercado automotor realmente valora y que pueden generar una ventaja competitiva para las ensambladoras locales permitiéndoles un crecimiento sustentable? Las respuestas a esta pregunta son las siguientes:

#### **3.2.2.1 Servicio al cliente**

Este es un concepto que cada día se adentra más en la mente del consumidor ecuatoriano, y que genera un alto nivel de expectativa de los clientes hacia el valor agregado que puede obtener.

La ventaja competitiva que una ensambladora puede presentar en relación con el servicio al cliente es el mantener amplias redes de distribución que brinden más y mejores servicios que la competencia. Es imprescindible brindar un excelente servicio, especialmente en términos de amabilidad, calidad, seguridad y provisión de servicios posventa, principalmente la disponibilidad de repuestos y la cobertura de garantías.



### **3.2.2.2 Disponibilidad inmediata de productos**

Este punto es importante para satisfacer oportunamente las exigencias de los clientes en cuanto a entrega de vehículos que cumplan exactamente con su requerimiento inicial.

La ventaja competitiva involucrada tiene relación con la capacidad de reacción en presentar la oferta oportuna en el momento que el mercado lo requiere, y así poder captar la demanda, la agilidad de reacción de las ensambladoras se funda en los altos niveles de liquidez y en el respaldo Internacional que tienen en sus relaciones con proveedores y sus casas matrices, así como en su flexibilidad para moverse paralelamente al mercado.

### **3.2.2.3 Precios más convenientes que los productos importados**

Al ser el vehículo cada vez más una necesidad, el consumidor busca los precios más bajos sin aceptar que se sacrifique la calidad del producto.

Las ventajas competitivas de las ensambladoras locales en este tema tienen relación con su participación en el mercado que les permite mantener una economía de escala frente a sus competidores. Adicionalmente, la buena posición financiera y liquidez de las mismas le favorecen frente a compañías con niveles importantes de cargos financieros. Los mantener niveles de precios mejores que los autos importados las ensambladoras tienen que aprovechar la coyuntura existente de los impuestos que se deben pagar por la importación de vehículos y así mismo trabajar fuertemente en los temas de control y reducción de costos de sus operaciones para estar listos ante una apertura de mercado de automotores importados.

### **3.2.2.4 Facilidad, agilidad y buenas condiciones de crédito**

Aspecto de fundamental importancia en nuestro medio para todo nivel de compradores de vehículos, ya que la mayor parte de los vehículos se compra con financiación.

En referencia a este aspecto ciertas marcas y comercializadoras de vehículos han tomado la iniciativa de mejorar sus servicios de financiamiento y así elevar sus volúmenes de venta. En este caso es conveniente para las ensambladoras el contar con una o más compañías financieras aliadas lo cual podría representar una ventaja competitiva en este campo.



### **3.2.2.5 Innovación de productos y servicios**

Para el caso de los vehículos muy especialmente el consumidor está siempre pendiente y esperando la actualización permanente de las características de los productos, razón por la cual las automotrices se ven forzadas a implementar cambios cada año.

Se podría decir que las ensambladoras tienen la ventaja de pertenecer a marcas líderes en desarrollo de productos e innovación tecnológica, sin embargo siempre son más lentas en introducir cambios ya que tienen que realizar ajustes en sus procesos productivos, mientras que los importadores solo tienen que traer los vehículos desde el exterior con las características que desean. Por ello es importante que las ensambladoras tengan procesos de producción flexibles que les permitan introducir ágilmente los cambios en su línea de ensamble.

Se considera entonces que estos factores críticos de éxito deben ser la base para la determinación de las estrategias y modelos de negocios que implementen las ensambladoras locales con miras a su permanencia y crecimiento en el mercado.

### **3.2.3 Tipo de mercado**

Aunque en cuanto a las ensambladoras se puede hablar de un oligopolio ya que existen tres ensambladoras activas al momento, sin embargo en referencia a la compra-venta de vehículos y autopartes en El Ecuador tenemos un mercado de competencia perfecta, debido a las siguientes razones:

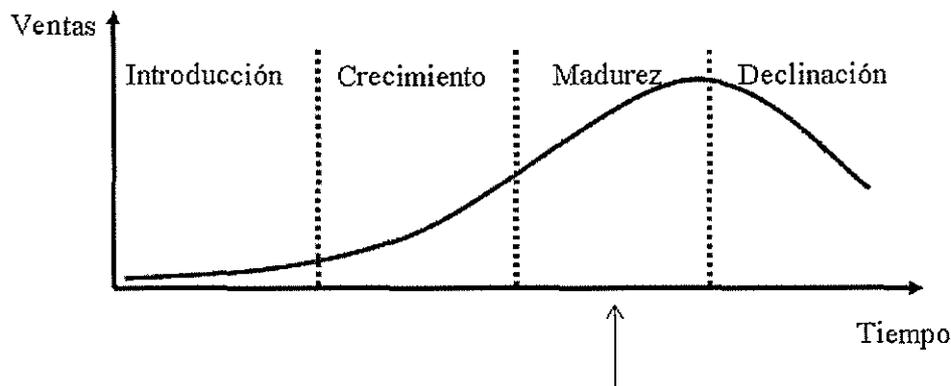
- Hay una amplísima gama de modelos y versiones de producto.
- Así mismo los precios varían desde vehículos de unos 10,000.00 USD hasta los de más de 100,000.00 USD por unidad.
- Existen aproximadamente cuarenta marcas que compiten actualmente en el mercado.
- Las importaciones de vehículos están abiertas, aunque gravadas por aranceles elevados.
- El negocio de la compra venta de autopartes, repuestos y accesorios también es un negocio que genera muchísimo movimiento comercial en la economía del país.
- Así mismo el mercado de compra-venta de vehículos usados es sumamente importante, ya que también mueve millones de dólares al año.



Entonces en el mercado existe una amplia oferta tanto de vehículos nacionales como importados, hecho que se traduce en una gran diversidad de automotores, capaz de satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores ecuatorianos.

### 3.2.4 Ciclo de vida del producto

Debido a que el sector de vehículos es un mercado de competencia perfecta entonces podemos inferir que se halla en la etapa de plena madurez. Y esta es una de las razones por las que la competencia es sumamente agresiva y los competidores deben ser muy creativos a la hora de definir sus modelos de negocio y estrategias de venta y fidelización de clientes. Otro de los argumentos para sostener la madurez de este sector es la amplia segmentación que hace falta para organizar todos los productos existentes en el mercado y los altos niveles de venta de los mismos. En el gráfico se muestra el ciclo de vida completo de un producto y se señala la etapa en la que se encuentran los vehículos:



### 3.2.5 Mezcla de marketing

La mezcla de marketing la componen las llamadas "4 Ps":

- Producto
- Precio
- Promoción
- Plaza

En este apartado se va a describir brevemente las características de cada uno de los componentes de la mezcla de marketing, extrapolándolas a la generalidad de todos los comercializadores de vehículos pero con un cierto enfoque a las marcas que ensamblan localmente.



### **3.2.5.1 Producto**

Existe una amplísima gama de modelos y versiones de productos, los cuales van desde los automóviles, pasando por las camionetas, todo terreno, vans, hasta llegar a los buses y camiones. Es por esto que hoy podríamos decir que en nuestro país tenemos prácticamente todos los tipos de vehículos que podemos encontrar en el mercado de un país de primer mundo. Aunque los modelos de vehículos ensamblados localmente son reducidos, sin embargo los productos importados han venido a complementar el mercado de tal forma que la oferta es amplísima en la actualidad.

En el anexo 3.2.5.1 se encuentra el detalle de la segmentación que usarán las marcas para clasificar sus productos.

### **3.2.5.2 Precio**

En el mercado automotor los precios dependen de varias condiciones, entre ellas las más importantes son: tipo de vehículo, origen del vehículo local o importado, cilindraje, segmento al que pertenece, nivel de tecnología incorporada, marca, calidad, marca, entre otros.

No se debe perder de vista que algunas de las marcas compiten por precio mientras que otras compiten por diferenciación, por lo cual vehículos aparentemente de similares características pueden tener grandes diferencias de precio en el mercado.

En el anexo 3.2.5.2 se puede encontrar un detalle de todos los productos disponibles para la venta en la actualidad y los precios de venta vigentes para la mayoría de ellos.

### **3.2.5.3 Promoción**

A continuación se presenta un pequeño resumen de los medios de promoción que usan las empresas automotrices y el nivel de uso promedio de las marcas:

<u>Medios:</u>	<u>Uso:</u>
TV	Alto
Radio	Medio
Prensa	Alto
Revistas	Medio
Revistas especializadas	Alto
Internet	Medio
Marketing directo	Medio



Cabe mencionar que el estilo, frecuencia y medios que usan las comercializadoras de vehículos depende de los clientes objetivo a los que quieren llegar con cada uno de sus productos. Por ejemplo una misma marca puede usar estrategias de promoción y publicidad complemente diferentes a la hora de vender sus camiones que las que usa para vender sus automóviles de lujo.

En cuanto a la promoción también se debe recalcar que los comercializadores de vehículos son grandes clientes de los medios de comunicación, ya que debido a que los modelos de los carros cambian cada año y a la introducción periódica de nuevas versiones y ediciones especiales, entonces las marcas se ven obligadas a actualizar frecuentemente su material publicitario y promocional y divulgarlo a los consumidores.

Los comercializadores de vehículos también han sido tradicionalmente pioneros en nuestro país en utilizar medios de promoción alternativos e innovadores, por ejemplo: personalización y compra de vehículos vía Internet; alianzas con varias empresas para entregar vehículos como premios de rifas y sorteos; realización de ferias y eventos especializados; auspicio de ferias y eventos no relacionados; clubes y consorcios de compra; enlazar la marca con la imagen corporativa; planes de voluntariado y ayuda social; entre otros.

#### **3.2.5.4 Plaza**

Generalmente las ventas de vehículos se realizan a través de los llamados concesionarios. Estas casas comerciales adquieren autorización de las ensambladoras o casas matrices para vender sus productos y dependiendo del tipo de franquicia que tengan los concesionarios pueden vender ya sea vehículos, repuestos, accesorios y/o servicio de mantenimiento y reparación de vehículos.

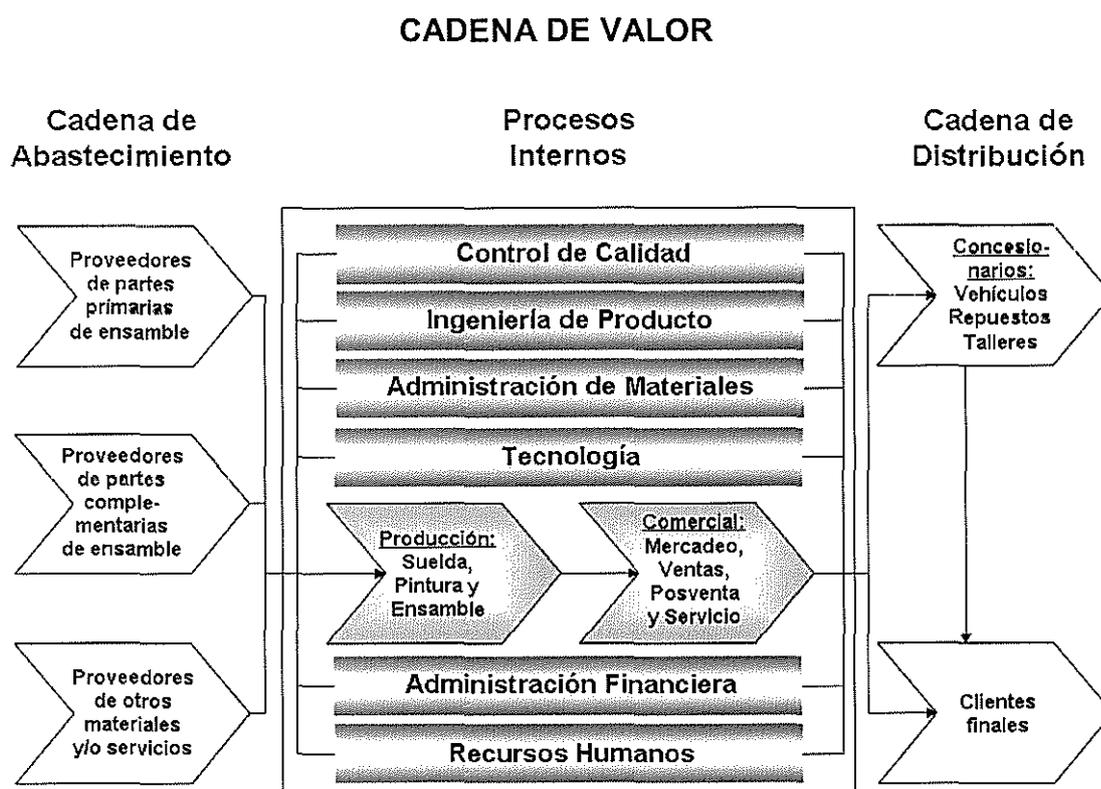
Este esquema de canal de distribución se ha mantenido tradicionalmente en El Ecuador desde principios del siglo pasado, época en la que empezó en el país la comercialización de automotores. Cabe mencionar además que este modelo de franquicias se ha venido aplicando tanto para las marcas que tienen ensamble local como para las importadoras.

Prácticamente es un estándar en la industria automotriz el hecho de que las casas matrices no realizan ventas directas en general sino que lo hacen a través de sus concesionarios; sin embargo en caso de negocios mayores o de alto interés estratégico como por ejemplo las ventas de flotas o las ventas al gobierno, éstas sí son tramitadas directamente por las casas matrices.



### 3.2.6 Cadena de valor

La cadena de valor de las empresas ensambladoras puede describirse a partir de la observación del siguiente gráfico:



Como se puede visualizar esquemáticamente en el diagrama anterior, tenemos del lado de la cadena de abastecimiento varios integrantes que son los siguientes:

- Primeramente a los proveedores de partes primarias de ensamble, que son aquellos proveedores, generalmente extranjeros, que suplen los componentes principales de ensamble de los vehículos, los llamados "kits CKD". Por ejemplo: carrocerías, motores, etc.
- También se tienen a los proveedores de partes complementarias de ensamble que son los que abastecen los materiales restantes que son necesarios para construir los vehículos. Pueden ser proveedores locales o extranjeros. Por ejemplo: radios, faros, parabrisas, etc.



- Adicionalmente existen proveedores que entregan otro tipo de materiales y servicios necesarios directa o indirectamente para el proceso de fabricación.  
Por ejemplo: lubricantes, adhesivos, limpieza, etc.

Apoyándonos en el diagrama anterior, vemos que del lado de la cadena de distribución se pueden distinguir los siguientes actores:

- Los concesionarios, que son los canales de distribución tradicionales que han venido usando las ensambladoras. Los concesionarios son aquellas empresas franquiciatarias que están autorizadas para la venta de vehículos, repuestos y servicios.
- Adicionalmente están los clientes finales que son aquellos consumidores que finalmente adquieren y/o utilizan los vehículos, repuestos y/o servicios proveídos por los concesionarios.

En cuanto a los procesos internos existente en las empresas ensambladoras, estos se han clasificado en tres grupos: centrales, de apoyo y estratégicos.

- Como procesos centrales se han identificado los siguientes:
  - ✓ Producción, que a su vez tiene los subprocesos de suelda, pintura y ensamble.
  - ✓ Comercial, que contiene los subprocesos de marketing, ventas, posventa y servicio.
- Como procesos estratégicos se han definido los siguientes:
  - ✓ Control de calidad
  - ✓ Ingeniería de producto
  - ✓ Administración de materiales
  - ✓ Tecnología
- Como procesos de apoyo tenemos los siguientes:
  - ✓ Administración Financiera
  - ✓ Recursos Humanos



### 3.2.7 Stakeholders

Al referirnos a los stakeholders, que son todos aquellos individuos y/o instituciones que impactan o que se ven impactadas por las empresas ensambladoras, podemos sustentarnos en el siguiente gráfico:



Como se puede observar no solo los miembros directos de la cadena de valor anteriormente mencionada afectan o son afectados por el accionar de las empresas ensambladoras locales, sino que además existe un conjunto más amplio de empresas e instituciones que influyen o se ven influenciadas en mayor o menor medida por el accionar de estas manufactureras. Esta influencia puede ser positiva, negativa o neutral.

Cabe mencionar que el presente análisis solamente incluye a los stakeholders nacionales. Bajo esta perspectiva las instituciones y/o empresas que se han identificado como stakeholders de la industria automotriz ecuatoriana son las siguientes:



- Ensambladoras
- Proveedores
- Concesionarios
- Instituciones de Gobierno y Municipios:
  - ✓ Consejo Nacional de Tránsito
  - ✓ Ministerio de Medio Ambiente
  - ✓ Ministerio de Trabajo
  - ✓ Policía Nacional
  - ✓ Reguladores
  - ✓ SRI
  - ✓ MICIP
  - ✓ INEN
  - ✓ Aduanas
- Asociaciones del sector:
  - ✓ Redes de concesionarios
  - ✓ CINAE (Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana)
  - ✓ AEADE (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador)
- Empresas aseguradoras
- Bancos y financieras
- Sindicatos de chóferes
- Sindicatos de trabajadores
- Asociaciones de transportistas
- Clientes finales
- Agencias de publicidad
- Medios de comunicación
- Talleres automotrices
- Importadores y comercializadores de vehículos y autopartes
- Comunidad en general

### **3.2.8 Aspectos económicos y macroeconómicos**

Se comentará sobre el porcentaje de contribución de la industria automotriz al PIB del Ecuador así como su impacto en otros productos y sectores de la economía.

#### **3.2.8.1 Contribución al PIB**

La industria automotriz en sí ni las actividades referentes a comercialización de partes y vehículos están determinadas como una Actividad Económica específica, sino que sus elementos están distribuidos a lo largo de varios sectores económicos. Consecuentemente pueden existir varios puntos de vista a la hora de determinar el PIB del sector. Por un lado, si tomamos en cuenta solamente el movimiento económico del ensamblaje de vehículos y la comercialización de los



mismos entonces el PIB que le correspondería al sector es el 2%. Por otro lado, si ampliamos el análisis hacia otros sectores íntimamente relacionados, como el transporte, los combustibles, los servicios de financiación, seguros, etc. entonces podemos llegar hasta un 14% del PIB del Ecuador.

Si tomamos la primera medida, es decir el 2% entonces estamos hablando de un sector equivalente al de Suministro de Electricidad y Agua o al de Servicios Sociales y de Salud. Si en cambio tomamos la segunda medida, es decir el 14%, entonces vemos que este sector es más representativo que la Agricultura, la Explotación Minera o la Construcción.

### **3.2.8.2 Generación de productos/sectores complementarios**

La existencia de una industria automotriz sólida en el país repercute de manera positiva en muchísimos otros sectores económicos. Puntualmente, en el caso ecuatoriano, la permanencia de las ensambladoras permite a su vez el desarrollo de proveedores locales capaces de cumplir con el suministro de partes complementarias de ensamble y adicionalmente de otros materiales y servicios necesarios para la normal operación de una industria fabricante de vehículos.

Ampliando el análisis a todo el sector automotriz, incluyendo fabricantes e importadores, entonces el espectro también aumenta ya que existen varios sectores conexos adicionales que se desarrollan alrededor de la venta de vehículos, entre los más importantes podemos mencionar: las aseguradoras de vehículos, los talleres mecánicos, los bancos y financieras, los comercializadores de partes y accesorios, los comercializadores de combustibles, etc.

### **3.2.9 Aspectos fiscales y tributarios**

Los impuestos que afectan a todos los individuos y sociedades mercantiles son el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto a la Renta. Por ende estos dos impuestos también afectan a los compradores de vehículos y además a los comercializadores de los mismos.

Sin embargo existen dos impuestos adicionales que afectan directamente al mercado automotor:

- El Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) que afecta a la compra-venta de vehículos y a otros productos específicos.
- El impuesto a los vehículos motorizados que afecta particularmente a los propietarios de vehículos de transporte terrestre.



### **3.2.9.1 Impuesto a los consumos especiales**

El impuesto a los consumos especiales (ICE) es un impuesto que grava el consumo de determinados bienes. En un primer momento gravó solo a los vehículos, cigarrillos, cerveza, bebidas alcohólicas y gaseosas; luego se amplió a determinados bienes suntuarios como yates, aviones, avionetas y otros; hoy también grava los servicios de telecomunicaciones. Lo deben pagar los fabricantes o importadores de los bienes gravados y los prestadores de los servicios de telecomunicaciones, únicamente en su primera etapa de producción. Pero por tratarse de un impuesto indirecto, es trasladado al consumidor final a través del precio de venta al público. Se paga sobre la base imponible calculada del precio ex-fábrica, para bienes de producción nacional, o del precio ex - aduana, para importados, en ambos casos más todos los costos y márgenes de la cadena de comercialización, que no serán inferiores al 25%. En el caso de telecomunicaciones, se paga sobre el valor facturado al consumidor final. El ICE de productos y servicios nacionales se debe declarar y pagar por períodos mensuales. En el caso de productos importados se paga antes de desaduanizar la mercadería.

La recaudación por concepto del Impuesto a los Consumos Especiales de vehículos fue de US\$ 5'995.000 en el 2006.

### **3.2.9.2 Impuesto a los vehículos motorizados**

Es el impuesto anual que debe pagar el propietario de un vehículo motorizado de transporte terrestre. Este impuesto debe ser pagado por los propietarios de vehículos motorizados de transporte terrestre en forma anual. El impuesto se paga sobre el avalúo del vehículo que consta en la base de datos del SRI. Este avalúo, para automotores nuevos corresponde al precio de venta al público informado por los comercializadores y, para vehículos de años anteriores, del precio informado se deducirá una depreciación anual del 20% sin que el valor residual sea inferior al 10%. Este impuesto se paga junto con la matrícula, para ello, el propietario debe presentar la matrícula anterior si el vehículo es usado o la factura si es nuevo. El valor de la matrícula incluye varios rubros, que se calculan de acuerdo a las características del vehículo, tales como si es particular o de servicio público, cantón de matriculación, entre otros. El propietario que cancele el impuesto en el período extraordinario deberá cancelar los intereses vigentes por cada mes o fracción de mes de retraso. Los concesionarios que entreguen el vehículo nuevo sin que esté pagada la matrícula también serán sancionados.

Por el Impuesto a los Vehículos Motorizados durante el 2006 se recaudaron US\$ 69'564.821, es decir que hubo un crecimiento del 11,64% respecto del 2005.



Es destacable que juntos, el Impuestos a los Consumos Especiales y el Impuesto a los Vehículos Motorizados representan el 1,67% del total recaudado por el Servicio de Rentas Internas en el año 2006.

### 3.2.10 Aspectos legales

Aunque existen varias leyes vigentes que afectan de cierta forma a la industria automotriz, sin embargo ninguna tiene tanta trascendencia para ella como el Convenio de Complementación Industrial en el Sector Automotor que firmaron los Gobiernos de Ecuador, Colombia y Venezuela en Septiembre de 1999.

De acuerdo al artículo 1, el objeto del convenio es la adopción de políticas comunitarias con el fin de facilitar una mayor circulación ente los productores subregionales, aprovechar los mercados ampliados de la región, así como propiciar condiciones equitativas de competencia en el mercado subregional y un aumento de la competitividad y la eficiencia. Los beneficios previstos en el convenio para las industrias del sector automotor están especificados en el artículo 2 y son los siguientes: a) lograr la transferencia tecnológica que garantice el incremento de su productividad y competitividad; b) generar inversiones productivas adicionales; c) adelantar programas de desarrollo de proveedores de la subregión, y; d) ofrecer a los consumidores andinos productos con mejor calidad y precio. A partir de este convenio se definieron parámetros de contenido subregional a ser cumplidos por las ensambladoras de los tres países miembros del convenio, esto parámetros se definieron con objetivos escalonados a ser cumplidos hasta el año 2009. Como se podrá observar en el cuadro, nuestro país tiene objetivos menores de cumplimiento, esto debido a su menor tamaño y a sus propias condiciones de mercado y suministro. A continuación se muestra el detalle de los porcentajes mínimos de contenido subregional a ser cumplidos por cada uno de los países firmantes del convenio:

#### **PORCENTAJE MINIMO DE INTEGRACION SUBREGIONAL**

CATEGORIA LIVIANOS			CATEGORIA CHASSISES Y CAMIONES		
AÑO	COLOMBIA Y VENEZUELA	ECUADOR	AÑO	COLOMBIA Y VENEZUELA	ECUADOR
2000	24.75	14.30	2000	13.50	6.00
2001	25.75	15.70	2001	14.00	6.50
2002	26.75	17.10	2002	14.50	7.00
2003	27.75	18.60	2003	15.00	7.50
2004	28.75	20.00	2004	15.50	8.00
2005	30.43	21.40	2005	16.00	8.50
2006	31.51	22.10	2006	16.50	9.00
2007	32.59	22.90	2007	17.00	9.50
2008	33.67	23.60	2008	17.50	10.00
2009	34.55	24.30	2009	18.00	10.50

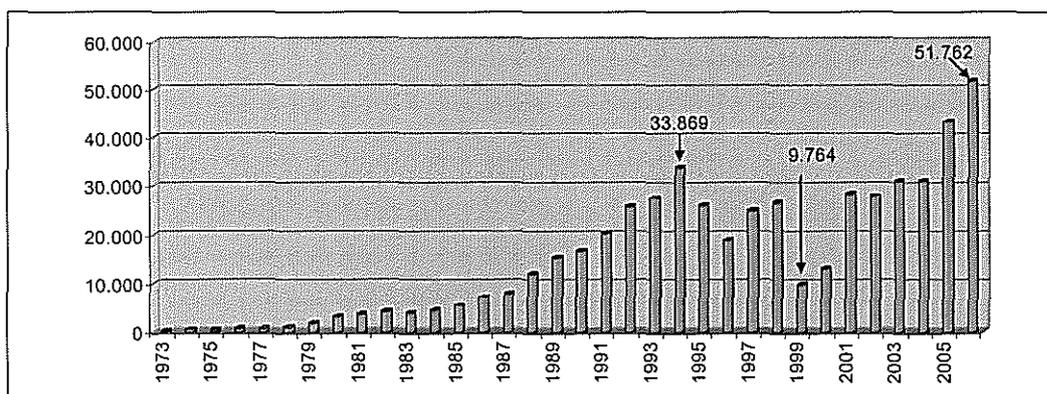


### 3.2.11 Producción nacional, importaciones y exportaciones

Para dimensionar la importancia del sector automotor se va a realizar una revisión de los niveles de producción nacional y adicionalmente se va a observar las cifras de importaciones de vehículos terminados y la información de exportación de vehículos producidos en nuestro país.

#### 3.2.11.1 Producción nacional

En el anexo 3.2.11.1a podemos observar las cifras correspondientes a la producción nacional de vehículos por ensambladora y modelo desde el año 2000 hasta el 2006; y en el anexo 3.2.11.1b tenemos el histórico de la producción nacional desde el año 1973 hasta el año 2006 por tipo de vehículo y ensambladora.

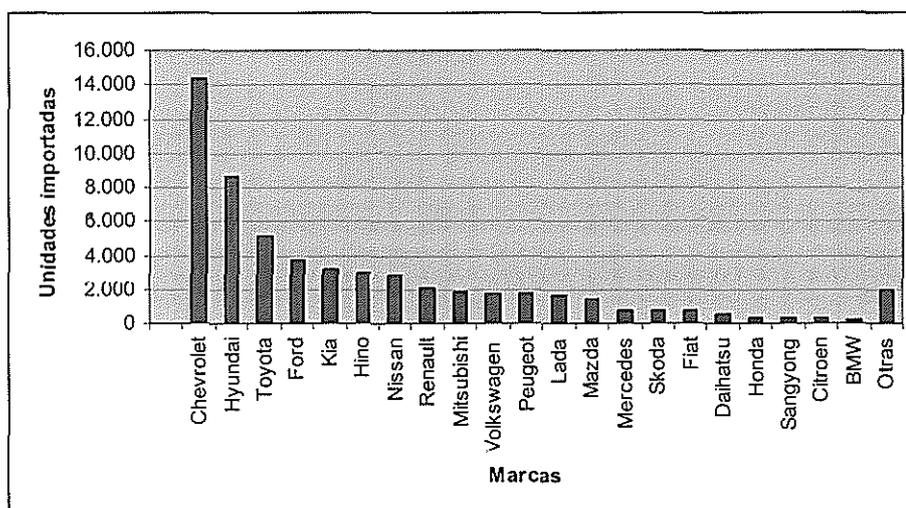


Hasta el año 1994 el número de vehículos ensamblados en el país usualmente crecía año a año, y llegó a su punto más alto en ese año con una producción de 33.869 vehículos. Sin embargo luego de ese año por motivos relacionados a la crisis del gobierno de Abdalá Bucaram entonces las ventas empezaron a caer y por ende también la producción nacional. Debido a esto una ensambladora llamada Coenansa que estaba ubicada en la ciudad de Manta y que ensamblaba vehículos de varias marcas tuvo que cerrar sus puertas en el año 1996. El peor momento llegó en el 1999 con la crisis generalizada del país y la industria en ese año alcanzó a fabricar tan solo 9.764 unidades. Posteriormente, y en gran medida gracias a la dolarización, el mercado empieza a reaccionar favorablemente, y se puede decir que la tendencia se ha mantenido con lo cual el año 2006 terminó con una producción local de 51.762 unidades, de las cuales el 88% fueron ensambladas por Ómnibus BB y el resto por Maresa. De estos vehículos producidos en el 2006 el 49,74% fueron camionetas, el 32,70% fueron automóviles, el 17,39% fueron todo terreno y el restante 0,17% fueron camiones y buses. Cabe recordar que la ensambladora Aymesha cerró sus puertas en el año 1994 y reabrió sus operaciones en este año 2007, por lo que tuvo dos años completos de inactividad, el 2005 y el 2006.



### 3.2.11.2 Importaciones

En el anexo 3.2.11.2 se muestran los datos más relevantes sobre las importaciones de vehículos en el país. Tenemos la información de las importaciones por tipo de vehículo desde 1992 hasta el 2006; y además para el año 2006 tenemos las cifras de los vehículos importados por marca y también por país de origen.



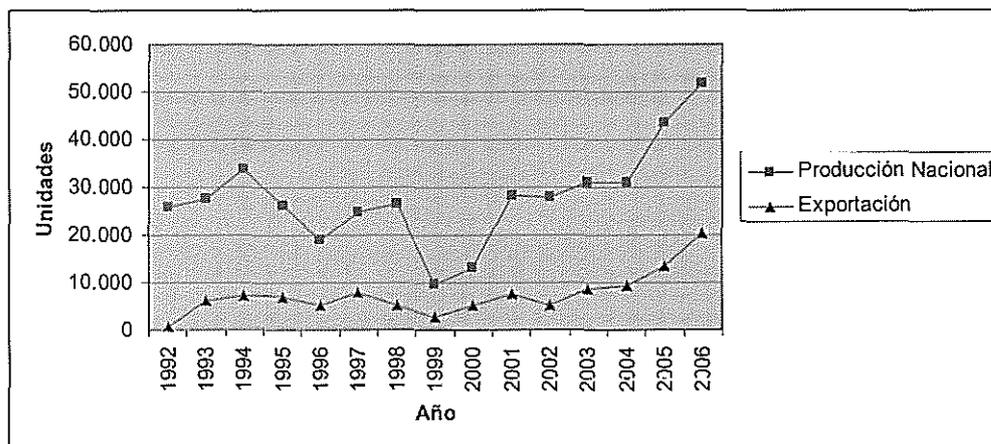
Podemos observar que la marca que más vehículos ensambló en el 2006 es la misma que más vehículos importó en ese mismo año. Chevrolet importó 14.399 unidades de producto terminado para complementar el portafolio de productos en aquellos segmentos en los que no tiene producto nacional. Otra cosa importante que se puede ver en las estadísticas es que desde el año 1992, en ocho de los quince años que han transcurrido se han importado más vehículos que los producidos en el país y que esta tendencia ha sido mucho más marcada en este milenio, tanto así que en los últimos tres años ha habido en el mercado casi 25.000 más vehículos importados que los producidos localmente. No obstante, en el último año el porcentaje de vehículos importados bajó del 127% en el 2005 al 111% en el 2006, esto debido a que la ensambladora más grande realizó inversiones importantes para aumentar su capacidad de producción.

De los 57.476 vehículos importados en el 2006, el 53,11% fueron automóviles, el 7,62% fueron camionetas, el 20,10% fueron todo terreno y el restante 19,17% fueron furgones, buses y camiones. Si comparamos estos datos de porcentajes de importación por tipo de vehículos con los equivalentes para la producción entonces veremos que efectivamente la tendencia es complementar la oferta local con los vehículos importados, por citar un caso: lo que más se produjo localmente fueron camionetas y este fue el producto que menos se importó.



### 3.2.11.3 Exportaciones

En el anexo 3.2.11.3 se detallan los volúmenes de exportación desde el año 1992 por tipo de vehículo y por ensambladora.



En este milenio solo dos ensambladoras han exportado sus vehículos: Maresa y Ómnibus BB, sin embargo en el 2005 y 2006 solo la última envió sus productos al exterior. Paradójicamente en estos dos mismos años ha habido un repunte fabuloso de los volúmenes de exportación de automotores, pasando de 9.308 unidades exportadas en el 2003 a 13.481 en el 2005 y a 20.283 en el 2006. Es decir en los últimos dos años ha habido un crecimiento promedio del 67,75% anual en cuanto a exportaciones pese a que sólo una ensambladora exportó sus productos. Esta ensambladora es aquella de la cual se mencionó que realizó inversiones importantes en su planta de producción para ampliar su capacidad.

En el gráfico se puede evidenciar que a medida que han subido los niveles de producción nacional también han subido los volúmenes de importación. Desde el año 2002 en adelante los porcentajes de exportación han venido creciendo interrumpidamente en relación con la producción nacional, de tal forma que en 2002 se exportó el 18,18% de la producción nacional, y para el 2006 se llegó a un porcentaje del 39,19%. Es decir a habido un crecimiento de más del 20% de las exportaciones en tan solo cuatro años.

Los destinos de las exportaciones de vehículos nacionales son Colombia y Venezuela, esto debido en gran parte al Convenio de Complementación Industrial en el Sector Automotor que se firmó en el año 1999.

Todo lo mencionado anteriormente demuestra que aún en una economía dolarizada como la nuestra sí vale la pena invertir en las industrias manufactureras, siempre y cuando estas produzcan productos de alta calidad capaces de competir exitosamente en mercados internacionales.

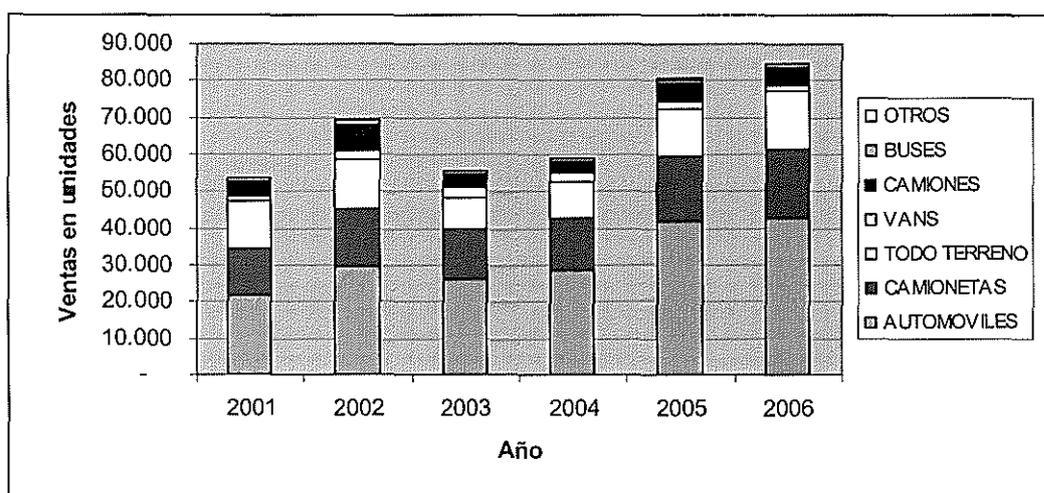


### 3.2.12 Ventas y participación de mercado

Con el fin de dimensionar la magnitud del mercado de compra-venta de vehículos nuevos se van a indicar las cifras de ventas y se va a mostrar el detalle de participación de mercado de cada una de las marcas que compiten en el mercado.

#### 3.2.12.1 Ventas

En el anexo 3.2.12.1a tenemos las ventas en unidades por tipo y modelo de vehículos desde el año 2001 hasta el año 2006 y en el anexo 3.2.12.1b tenemos en cambio las ventas en unidades por marca para el mismo período de tiempo.



Las ventas de vehículos en el Ecuador en este milenio se han caracterizado por su crecimiento, y esto lo podemos observar en el gráfico anterior, las ventas se han incrementado todos los años a excepción del año 2003 que fue el que siguió a un año 2002 especialmente excepcional en el cual se vendieron casi 70.000 unidades.

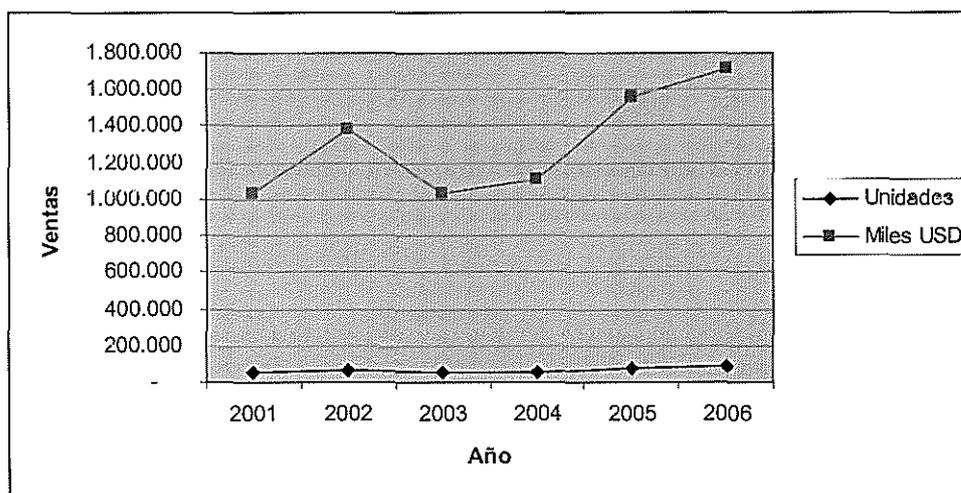
Las ventas acumuladas en el año 2006 ascendieron a un total de 84.505 unidades, constituyéndose este entonces en el año record del volumen de venta de vehículos en nuestro país. Para el 2006 el 50,54% de las ventas en unidades fueron automóviles, el 22,41% fueron camionetas, el 18,19% fueron todo terreno, el 1,84% fueron vans y el restante 7,01% fueron camiones y buses.

Se puede constatar entonces las dos mayores preferencias de los consumidores ecuatorianos en cuanto a tipos de vehículos: hacia la compra de automóviles en primera instancia y luego hacia los vehículos



tipo camioneta. Cabe mencionar que tradicionalmente esta tendencia se ha mantenido en niveles similares en todos los años de este milenio.

En el anexo 3.2.12.1c tenemos la información de las ventas en miles de dólares por tipo de vehículo desde el 2001 hasta el 2006; también tenemos para el mismo período la información del precio de venta promedio por tipo de vehículo. En este mismo anexo además está la información del porcentaje de ventas por rango de precio de vehículo y del porcentaje de ventas por monto de ventas en miles de dólares, ambas para el período comprendido entre el 2003 y el 2006.



Debido a que las tendencias de preferencia de tipo de vehículo no han cambiado en el mercado entonces se ha dado el hecho de que a mayores ventas les han correspondido mayores ingresos monetarios. Esto es destacable en el sentido que bajo esta perspectiva las comercializadoras deben enfocarse en vender la mayor cantidad de unidades posibles no solo para incrementar su participación de mercado sino para elevar sus ingresos por ventas. Este factor avala la creencia de que en este negocio se gana por volumen. Siguiendo en la línea de las preferencias de los consumidores, se puede observar en los anexos que el 44,65% de los vehículos que se venden están en un rango de precio de entre 10.000 y 15.000 dólares.

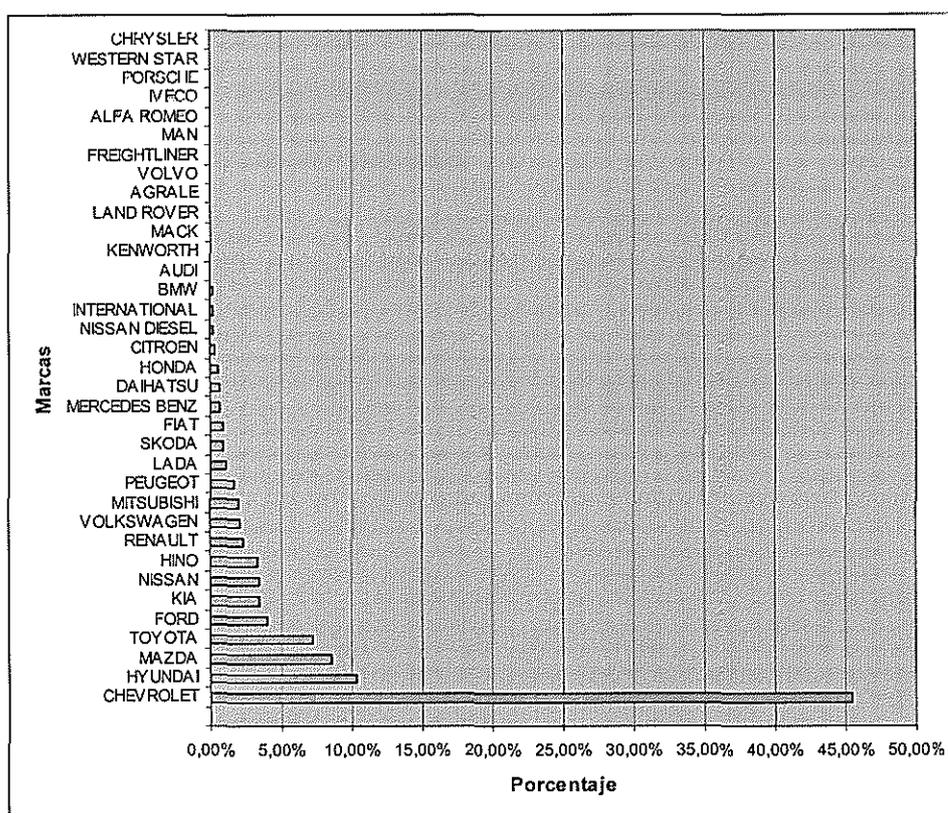
Analizando los porcentajes de venta como unidades se ve que la venta de vehículos livianos representa el 93% del total de las ventas y el 7% restante corresponde a vehículos pesados. Pero si se hace este mismo análisis con los porcentajes de venta como ingresos entonces a los livianos les corresponde el 87,71% y a los pesados el 12,29% restante. Es decir que, aunque en este negocio se gane por volumen sin embargo siempre es preferible vender vehículos de precio más alto ya que el margen de ganancia también es más alto.



Para el 2006 el precio promedio de un automóvil fue de 14.891,49 USD, para una camioneta fue de 20.815,99 USD, para un todo terreno fue de 28.134,85 USD, para una van fue de 23.772,12 USD y para un camión o bus fue de 35.465,57 USD. Si comparamos esta información con los precios del mercado nos daremos cuenta de que definitivamente el producto nacional es mucho más barato a pesar de tener las mismas características que los vehículos importados dentro de su segmento.

### 3.2.12.2 Participación de mercado

En el anexo 3.2.12.2 se tienen los datos correspondientes a la participación de mercado del sector automotor para los tres últimos años.



El gráfico muestra los porcentajes de participación de mercado de las marcas al cierre del 2006. Se puede ver que existe una marca que posee prácticamente la mitad del mercado (45,50%) y que ésta marca está representada en el país precisamente por la mayor planta ensambladora: Ómnibus BB. Podemos inferir entonces que no es coincidencia que la marca de mayor éxito en el país sea aquella que más ha invertido en sus instalaciones para poder producir más vehículos. Entonces hay que resaltar que, dadas las condiciones arancelarias actuales, la industria automotriz nacional sí es capaz de proveer a los consumidores ecuatorianos productos con una mejor relación costo-beneficio que sus competidores dedicados a la importación de automotores.



### **3.3 Análisis Psicosocial**

Se va a razonar sobre los elementos sociales que más se han visto impactados por el quehacer del sector automotriz, tanto de manera positiva como negativa. Se van a revisar los temas referentes a bienestar y calidad de vida, los aspectos laborales, los aspectos técnicos y tecnológicos y finalmente los aspectos medioambientales.

#### **3.3.1 Bienestar y calidad de vida**

Paradójicamente, uno de los grandes impulsores del crecimiento de la venta de vehículos en el país fue la crisis bancaria de 1999, si bien es cierto que el efecto inmediato fue una crisis generalizada que impactó fuertemente a todos los sectores y por ende también al sector automotriz, sin embargo el efecto en los años posteriores fue que la gente perdió la confianza en el sistema financiero y por ende dejó de ahorrar en él, por lo cual las personas empezaron a invertir en bienes tangibles tales como bienes raíces y vehículos.

Otro de los generadores de crecimiento del sector automotriz fue la dolarización, que al pasar de los años ha venido dando sus frutos, tales como: crecimiento del PIB, baja de tasas de interés, disminución del déficit de la balanza comercial, etc. Todos estos elementos conjugados han permitido la existencia de una economía más estable que contribuye al crecimiento de las industrias que han sabido sobrevivir a las crisis y aprovechar las oportunidades. Es decir, entre la crisis y la dolarización muchas empresas sucumbieron, sin embargo aquellas que permanecieron fueron capaces de fortalecerse y crecer; como ejemplos tenemos las ensambladoras de vehículos.

De acuerdo a lo publicado por la revista Quantum en su edición No. 7 de este año 2007, en 1995 tan solo 357.000 hogares tenían auto, sin embargo hacia 1999 el número se incrementó en 22.000, pero siete años más tarde, en 2006 el número de hogares con auto llegó hasta 545.000. Esto significa que casi 170.000 hogares adicionales han adquirido automóviles en los últimos diez años, lo que da un promedio de aproximadamente 17.000 por año. Como dato adicional se debe mencionar que seis de cada diez hogares con auto están en la sierra ecuatoriana. Cabe acotar que los vehículos no solo mejoran la calidad de vida de las familias que los usan para transportarse, sino que también sirven como verdaderos instrumentos de trabajo que apalancan la prosperidad económica de quienes los poseen.



### 3.3.2 Aspectos laborales

En cuanto a la generación de empleo, directo e indirecto: de acuerdo a cálculos de la AEADE el sector automotriz genera aproximadamente 117.448 empleos en su totalidad, divididos de la siguiente forma:

#### EMPLEO SECTOR AUTOMOTOR Y SECTORES CONEXOS

SECTOR AUTOMOTOR	
Directos ensambladoras	1.467
Indirectos ensambladoras	7.000
Comercialización vehículos	5.000
Talleres de servicio	4.000
Neumáticos	2.000
Repuestos	1.800
Otros servicios	2.000
<b>Subtotal</b>	<b>23.267</b>

1,54%

SECTORES CONEXOS	
Distribución combustibles	10.000
Lubricadoras	1.500
Empresas de transporte	22.000
Personas naturales	60.681
<b>Subtotal</b>	<b>94.181</b>

6,25%

<b>TOTAL</b>	<b>117.448</b>
--------------	----------------

7,80%

PEA	4.774.791
PEA sector moderno	1.506.185

Es decir que el sector automotor per se genera aproximadamente 23.267 empleos, lo que representa aproximadamente el 1,54% de la Población Económicamente Activa del sector moderno del país.

Si extrapolamos este análisis a los sectores conexos al automotriz entonces el número de empleos generados asciende a 117.448 que significa un 7,80% de la Población Económicamente Activa del sector moderno del Ecuador.

### 3.3.3 Aspectos técnicos y tecnológicos

De acuerdo a la clasificación desarrollada por la ONUDI en el "Informe sobre el Desarrollo Industrial 2002 - 2003", los productos automotrices están clasificados como de media intensidad tecnológica (MT), junto con productos tales como los químicos para la industria, los metales básicos, la maquinaria estandarizada y los componentes eléctricos y electrónicos de naturaleza simple.

Los productos automotrices requieren de tecnologías intensivas en escala y capacidad y además un sofisticado diseño de productos. Además su competitividad depende significativamente de procesos de aprendizaje prolongados, capacidades técnicas y organizacionales, así como de la habilidad de manejar procesos intensivos en escala y vinculaciones.



### **3.3.4 Aspectos medioambientales**

Existen dos temáticas medioambientales que se ven impactadas negativamente por el quehacer del sector automotor:

- La congestión vehicular, de acuerdo a cálculos recientes el parque automotor del Ecuador es un poco más de un millón de vehículos, lo que da un promedio aproximado de un vehículo por cada trece personas, valor que es bastante más bajo que el promedio de otros países de Sudamérica. Sin embargo se ha de destacar que la tenencia de estos vehículos está altamente concentrada en zonas geográficas específicas, por ejemplo se estima que en la ciudad de Quito existen casi 300.000 vehículos circulando. Podríamos decir entonces que la congestión vehicular es un problema que afecta principalmente a las grandes ciudades del país.
  
- La contaminación del aire, es indiscutible que un alto porcentaje de las emanaciones contaminantes provienen de los automotores, pero, pese a lo que se podría pensar en primera instancia, la causa raíz del problema no lo constituyen los automotores sino más bien los combustibles que son usados por estos. La mala calidad y obsolescencia de los combustibles disponibles en el mercado local no permiten la comercialización de vehículos de características modernas que han sido diseñados para ser menos contaminantes, sino que en el mercado se deben vender carros de tecnologías anteriores que sean capaces de trabajar con los combustibles que tenemos en el país.



---

**ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN  
LA ECONOMIA DEL ECUADOR**

## **CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1 Conclusiones**

Por todo lo expuesto anteriormente, y enfocándose en el entorno del mercado ecuatoriano en la industria automotriz se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La industria automotriz es definitivamente uno de los sectores económicos más dinámicos y maduros del país, que aporta positivamente y en gran escala al desarrollo industrial y económico de nuestra patria.
- Cada día que transcurre la competencia se vuelve más agresiva y eso va afectando directamente a las empresas que tradicionalmente han tenido mayor participación de mercado y por ende a las marcas que tienen ensamblaje local.
- Otro elemento que afectará a la industria en el corto y mediano plazo será la suscripción de convenios bi o multilaterales tales como tratados de libre comercio, aperturas de mercado, etc., los cuales podrían incidir directamente en la competencia de productos que posiblemente ingresen de otros países.
- Otro factor que se debe tomar en cuenta es el hecho de que en algún momento se llegue a una saturación del mercado automotriz ecuatoriano, esto por los índices y datos históricos que se han presentado y además por las facilidades de crédito existentes para la adquisición de vehículos nuevos. Hay que considerar que debido a esta misma saturación los distintos municipios del país podrían implementar sistemas de restricción vehicular como por ejemplo el llamado "pico y placa" que está vigente en la ciudad de Bogotá, Colombia, lo que finalmente se traduciría en una menor demanda del mercado.
- Las ensambladoras no pueden mantenerse en el status quo, sino que deben prepararse para sobrevivir ante una eventual apertura del mercado de vehículos importados.



#### 4.2 Recomendaciones

Como recomendaciones finales y atacando los puntos expuestos en las conclusiones, se sugiere lo siguiente:

- El gobierno y sus instituciones en general, así como la empresa privada, deben apoyar el desarrollo y crecimiento de la industria automotriz en nuestro país.
- En lo relacionado con la competencia, una de las medidas de acción que deben tomar las ensambladoras para disminuir su afectación puede ser: el desarrollar un estudio encaminado a realizar un análisis detallado de sus estructuras de costo para encontrar oportunidades de mejora que se traduzcan en planes de acción que los permitan la reducción de sus costos de operación.
- Se debe investigar y desarrollar nuevas oportunidades de negocios, enfocados y centrados en tendencias y corrientes actuales tales como generar una cultura de calidad y todo lo que ella involucra: enfoque al cliente, desarrollo de proveedores, mejora continua, equipos de trabajo de alto desempeño, etc. La industria automotriz ecuatoriana debe llegar a niveles de gestión de calidad mundial que le permitan competir a la par de calidad y precio con productos importados.
- En cuanto a la saturación de mercados las industrias deben tener la perspectiva y habilidad necesaria para revertir sus efectos negativos. Uno de los principales enfoques debe ser en lo referente al servicio al cliente. Las empresas deben asegurarse de promulgar y conseguir la denominada "lealtad del cliente" ya que a través de esto pueden asegurar la continuidad y permanencia en el negocio.
- Las ensambladoras deben tomar medidas inmediatas encaminadas a lograr su supervivencia en el mercado:
  - ✓ La adopción de una perspectiva global en las actividades de manufactura.
  - ✓ La implementación de plataformas y métodos modulares de producción que les permitan mejorar su flexibilidad y así poder responder más rápida y efectivamente a las necesidades, requerimientos y exigencias del mercado.



- ✓ Enfocarse en estrategias de crecimiento orientadas a la formación de alianzas estratégicas y relaciones de cooperación empresariales, así como el afianzar y potenciar los lazos existentes con sus proveedores y concesionarios.
- ✓ Analizar la posibilidad de participar en otras instancias de la cadena de valor, ya sea integrándose verticalmente hacia atrás (en referencia a la cadena de abastecimiento) o hacia adelante (en relación a la cadena de distribución).
- ✓ Las ensambladoras y el resto de empresas automotrices, agrupados en las asociaciones que los representan, deben trabajar conjunta y estrechamente con las instituciones de estado con el fin de encontrar soluciones que alivien en el corto, mediano y largo plazo los problemas relacionados a la congestión vehicular y la contaminación del aire.

#### 4.3 Bibliografía

[www.aeade.net](http://www.aeade.net)

[www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)

[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)



# ANEXOS



# **ANEXO:**

## **3.2.5.1**

## SEGMENTACION DE VEHICULOS

TIPO	SEGMENTO	SUB-SEGMENTO
BUS	BUS Bus Liviano	BUS Bus Liviano
BUS	BUS Bus Mediano	BUS Bus Mediano
CAMION	CAMION Camión Liviano	CAMION Livianos 6T - 8T
CAMION	CAMION Camión Liviano	CAMION Livianos 8T - 10T
CAMION	CAMION Camión Mediano	CAMION Medianos 10T - 12T
CAMION	CAMION Camión Mediano	CAMION Medianos 14T - 16T
CAMION	CAMION Camión Mediano	CAMION Medianos 16T - 18T
CAMION	CAMION Camión Pesado	CAMION Pesados > 18T Rig
CAMION	CAMION Camión Ultraliviano	CAMION Ultralivianos 2T - 4T
CAMION	CAMION Camión Ultraliviano	CAMION Ultralivianos 4T - 6T
CAMION	CAMION Tracto	CAMION Tracto
PASAJEROS	PASS F. WAGON	PASS LARGE F. WAGON
PASAJEROS	PASS F. WAGON	PASS MEDIUM F. WAGON
PASAJEROS	PASS F. WAGON	PASS SMALL F. WAGON
PASAJEROS	PASS LOW. MEDIUM	PASS L. MEDIUM HB
PASAJEROS	PASS LOW. MEDIUM	PASS L. MEDIUM SEDAN
PASAJEROS	PASS LUXURY	PASS EXECUTIVE
PASAJEROS	PASS LUXURY	PASS HIGH LUXURY
PASAJEROS	PASS LUXURY	PASS LARGE LUXURY
PASAJEROS	PASS LUXURY	PASS LARGE LUXURY SW
PASAJEROS	PASS MEDIUM	PASS MEDIUM HB
PASAJEROS	PASS MEDIUM	PASS MEDIUM SEDAN
PASAJEROS	PASS MEDIUM	PASS MEDIUM SW
PASAJEROS	PASS MINI	PASS MINI
PASAJEROS	PASS SMALL	PASS SMALL HB 3
PASAJEROS	PASS SMALL	PASS SMALL HB 5
PASAJEROS	PASS SMALL	PASS SMALL SEDAN
PASAJEROS	PASS SMALL	PASS SMALL SW
PASAJEROS	PASS TAXIS	PASS TAXIS
PASAJEROS	PASS TAXIS EXONERADOS	PASS TAXIS EXONERADOS
PASAJEROS	PASS UP. MEDIUM	PASS UPPER MEDIUM
PASAJEROS	PASS UP. MEDIUM	PASS UPPER MEDIUM SW
PICK UP	PU LARGE	PU LARGE CS
PICK UP	PU LARGE	PU LARGE DC
PICK UP	PU MEDIUM DC	PU MEDIUM DC 4X2
PICK UP	PU MEDIUM DC	PU MEDIUM DC 4X4
PICK UP	PU MEDIUM SC	PU MEDIUM SC 4X2
PICK UP	PU MEDIUM SC	PU MEDIUM SC 4X4
PICK UP	PU SMALL	PU SMALL
SUV	SUV LARGE & LUXURY	SUV LARGE
SUV	SUV LARGE & LUXURY	SUV LUXURY
SUV	SUV LOW. MEDIUM	SUV LOW. MEDIUM
SUV	SUV MEDIUM	SUV MEDIUM
SUV	SUV SMALL	SUV SMALL 3
SUV	SUV SMALL	SUV SMALL 5
VAN	VAN MEDIUM VAN	VAN MEDIUM VAN CARGA
VAN	VAN MEDIUM VAN	VAN MEDIUM VAN PASS
VAN	VAN SMALL VAN	VAN SMALL VAN CARGA
VAN	VAN SMALL VAN	VAN SMALL VAN PASS



# **ANEXO:**

## **3.2.5.2**

## PRECIOS POR MODELO Y MARCA

MARCA	MODELO	PVP
AGRALE	8.500	IND
AGRALE	9.200	IND
AGRALE	CHASIS 8500	IND
AGRALE	CHASIS 9200	IND
AGRALE	FURGOVAN	IND
ALFA ROMEO	147	IND
AUDI	A3 SPORTBACK	IND
AUDI	A4 1,8 T M/T	Sl. 47.000,00
AUDI	A4 1,8 T MUL	Sl. 52.100,00
AUDI	A4 1,8T CABRIO	Sl. 72.000,00
AUDI	A4 3,2	Sl. 62.000,00
AUDI	A4 RS4	Sl. 140.000,00
AUDI	A4 S4	Sl. 98.000,00
AUDI	A6 2,4	Sl. 64.300,00
AUDI	A6 3,2	Sl. 81.600,00
AUDI	A8	Sl. 104.000,00
AUDI	Q7	Sl. 105.000,00
AUDI	TT	Sl. 60.000,00
BMW	SERIE 1 - 120i	Sl. 43.500,00
BMW	SERIE 3 - 320i	Sl. 47.030,00
BMW	SERIE 3 - 325i	Sl. 52.212,00
BMW	SERIE 3 - 330i	Sl. 69.375,00
BMW	SERIE 5 - 525i	Sl. 64.670,00
BMW	SERIE 5 - 530i	Sl. 79.735,00
BMW	SERIE 5 - 550i	Sl. 101.830,00
BMW	SERIE 6 - 650i	IND
BMW	SERIE 7 - 740i	IND
BMW	X-3	Sl. 63.500,00
BMW	X-5	Sl. 87.015,00
BMW	Z4	IND
CHEVROLET	AVEO 1.4L 3P HB GTI	IND
CHEVROLET	AVEO 3P 1.4L AC	Sl. 12.590,00
CHEVROLET	AVEO 3P 1.4L STD	IND
CHEVROLET	AVEO 3P 1.4L T/M HATCH BACK	IND
CHEVROLET	AVEO 4P 1.4L ACTIVO AC	Sl. 12.690,00
CHEVROLET	AVEO 5P 1.4L ACTIVO AC	Sl. 12.190,00
CHEVROLET	AVEO 5P 1.6L GLS	Sl. 14.590,00
CHEVROLET	AVEO ACTIVO 1.4L 4P STD	IND
CHEVROLET	AVEO ACTIVO 1.4L 5P STD	IND
CHEVROLET	AVEO GT3 1.6L	IND
CHEVROLET	BR7 CHASIS TORPEDO VOLVO	IND
CHEVROLET	BUS FTR FULL AIR BRAKE	IND
CHEVROLET	CHEVYTAXI A/C 4DR 1.5 T/M :	Sl. 13.735,00
CHEVROLET	CHEVYTAXI A/C EXONERADO	IND
CHEVROLET	CHEVYTAXI STD 4DR 1.5 T/M :	Sl. 13.110,00
CHEVROLET	CHEVYTAXI STD EXONERADO	IND
CHEVROLET	CHR 7.2 CHASIS BUS :	IND
CHEVROLET	CHR 7.2 VIALE 2P	IND
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION 4P 1.8 AC	Sl. 15.195,00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION 4P 1.8 GLS	Sl. 15.765,00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION 4P 1.8 STD	Sl. 14.165,00

MARCA	MODELO	PVP
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION 5P 1.8 AC	S/. 14.165,00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION 5P 1.8 GLS	IND
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION 5P 1.8 STD	S/. 13.190,00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION ACTIVO 4P 1.4 AC	S/. 13.260,00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION ACTIVO 4P 1.4 STD	S/. 12.290,00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION ACTIVO 5P 1.4 AC	S/. 12.270,00
CHEVROLET	CORSA EVOLUTION ACTIVO 5P 1.4 STD	S/. 11.300,00
CHEVROLET	FH12 VOLVO TRACTOCAMION	IND
CHEVROLET	FSR 32L CHASIS CABINADO	S/. 44.690,00
CHEVROLET	FTR 32M CH TORPEDO FULL AIR BRAKE	S/. 43.990,00
CHEVROLET	FTR 32M CHASIS CABINADO	S/. 52.135,00
CHEVROLET	FVR 32G CHASIS CABINADO	S/. 58.535,00
CHEVROLET	FVR 32P CHASIS CABINADO	S/. 60.675,00
CHEVROLET	GRAN VITARA XL7 4X2 TM	S/. 26.690,00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3DR MT STD	S/. 17.075,00
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P DLX T/M A/C	IND
CHEVROLET	GRAND VITARA 3P TM AC SPORT	S/. 18.595,00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5DR 4x2 MT	S/. 20.375,00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5DR 4x4 MT V6 FULL	S/. 25.075,00
CHEVROLET	GRAND VITARA 5P DLX T/M A/C	S/. 22.875,00
CHEVROLET	GRAND VITARA XL7 4X2 AT	IND
CHEVROLET	GRAND VITARA XL7 4X4 AT	S/. 31.690,00
CHEVROLET	JIMNY 4X4	IND
CHEVROLET	KODIAK 157 E	IND
CHEVROLET	KODIAK 157 E VOLQUETA:	IND
CHEVROLET	KODIAK 211 E :	IND
CHEVROLET	KODIAK 211 RECOLECTOR	IND
CHEVROLET	KODIAK 241 E :	IND
CHEVROLET	KODIAK 8500E	IND
CHEVROLET	KODIAK TANDEM	IND
CHEVROLET	LUV C/S DIESEL	IND
CHEVROLET	LUV D MAX V6 4X4 FULL	S/. 26.990,00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/D V6 4X4 T/A	S/. 29.190,00
CHEVROLET	LUV D-MAX C/S 4X4 AMBULANCIA :	IND
CHEVROLET	Luv D-MAX Diesel 4x2 C/D	S/. 22.490,00
CHEVROLET	Luv D-MAX Diesel 4x2 C/S	S/. 18.590,00
CHEVROLET	Luv D-MAX Diesel 4x2 C/S CHASIS	IND
CHEVROLET	Luv D-MAX Diesel 4x4 C/D	S/. 25.990,00
CHEVROLET	LUV D-MAX HEC 4x2 C/D :	S/. 18.590,00
CHEVROLET	LUV D-MAX HEC 4x2 C/S :	S/. 15.990,00
CHEVROLET	LUV D-MAX HEC 4x2 C/S CHASIS :	IND
CHEVROLET	LUV D-MAX V6 4x2 C/D :	S/. 23.290,00
CHEVROLET	LUV D-MAX V6 4x4 C/D :	S/. 25.290,00
CHEVROLET	LUV D-MAX V6 4x4 C/S :	S/. 21.870,00
CHEVROLET	LUV V6 4X4 DC	IND
CHEVROLET	NH12 VOLVO TRACTOCAMION CABINA ALTA	IND
CHEVROLET	NH12 VOLVO TRACTOCAMION CABINA BAJA	IND
CHEVROLET	NHR 55 EL CHASIS CABINADO :	S/. 19.360,00
CHEVROLET	NHR 55 EL MIXTO :	IND
CHEVROLET	NKR CH TORPEDO	IND
CHEVROLET	NKR II CHASIS CABINADO :	S/. 23.650,00
CHEVROLET	NKR URBANO	IND
CHEVROLET	NKR III LWB CHASIS CABINADO	S/. 24.100,00
CHEVROLET	NPR 71L CHASIS CABINADO :	S/. 28.270,00
CHEVROLET	NPR 71P BUSETA URBANO:	IND

MARCA	MODELO	PVP
CHEVROLET	NPR 71P Buseton Int. C/A	IND
CHEVROLET	NPR Camion Aluminio	IND
CHEVROLET	NPR CH Torpedo LWB	\$/ 27.450,00
CHEVROLET	NQR 8.5T Camion	\$/ 31.990,00
CHEVROLET	OPTRA 5P. 1.8 TM AC	\$/ 18.015,00
CHEVROLET	OPTRA Design	\$/ 16.990,00
CHEVROLET	OPTRA Limited A/T	\$/ 20.890,00
CHEVROLET	OPTRA Limited M/T	\$/ 18.890,00
CHEVROLET	Silverado 4x4 AT	IND
CHEVROLET	Spark 1.0 Activo A/C :	\$/ 9.800,00
CHEVROLET	Spark 1.0 Activo Sport	\$/ 10.590,00
CHEVROLET	Spark 1.0 Activo STD :	\$/ 9.240,00
CHEVROLET	Spark 7:24	IND
CHEVROLET	Spark 7:24 AC	IND
CHEVROLET	Supercarry Carga :	\$/ 11.990,00
CHEVROLET	Supercarry Pasajeros :	\$/ 12.390,00
CHEVROLET	Supercarry Pick Up	\$/ 9.970,00
CHEVROLET	Trailblazer 4x2 Extended	IND
CHEVROLET	Trailblazer 4x2 TA	\$/ 40.660,00
CHEVROLET	Trailblazer 4x4 Extended	IND
CHEVROLET	Trailblazer 4x4 TA	\$/ 42.600,00
CHEVROLET	Vitara 3DR	\$/ 14.375,00
CHEVROLET	Vivant 2.0 Confort T/M : Confort	\$/ 17.995,00
CHEVROLET	Vivant 2.0 Limited T/M : Limited	\$/ 19.860,00
CHEVROLET	Zafira Confort	IND
CHEVROLET	Zafira Elegance	IND
CITROËN	Berlingo VU Multiuso	\$/ 16.400,00
CITROËN	C3 SX 1.4	\$/ 14.800,00
CITROËN	C3 SX 1.4 Exclusive	\$/ 15.900,00
CITROËN	C4 SX Pack 1.6l	\$/ 25.400,00
CITROËN	C4 SX Pack 2.0 BVA	\$/ 28.000,00
CITROËN	C4 VTR 1.6	\$/ 25.000,00
CITROËN	C5 2.0i BV5	\$/ 34.500,00
CITROËN	C5 2.0i BVA	\$/ 36.500,00
CITROËN	C5 Exclusive 3.0i BVA	\$/ 46.500,00
CITROËN	Xsara Picasso 2.0	\$/ 20.900,00
FAW	CA1041	\$/ 17.900,00
FAW	CA1061	\$/ 26.970,00
FAW	CA1161	\$/ 46.300,00
FAW	CA4322	\$/ 81.900,00
FAW	CA6700	\$/ 22.800,00
FIAT	Fiorino	\$/ 12.490,00
FIAT	Fiorino A/A	\$/ 13.490,00
FIAT	Idea Adventure	\$/ 22.990,00
FIAT	Palio ELX PE	\$/ 14.290,00
FIAT	Palio Fire	\$/ 13.490,00
FIAT	Palio HLX F	\$/ 15.990,00
FIAT	Palio HLX PE	\$/ 14.990,00
FIAT	Siena HLX F	\$/ 16.990,00
FIAT	Stilo	\$/ 28.990,00
FIAT	Strada	\$/ 14.590,00
FIAT	Strada A/A	\$/ 15.590,00
FIAT	Uno	\$/ 10.990,00
FIAT	Uno A/A	\$/ 11.990,00
FIAT	Weekend Adventure	\$/ 18.890,00

MARCA	MODELO	PVP
FIAT	Weekend ELX PE	S/. 16.490,00
FORD	Cargo 1721 LWB (chasis largo)	S/. 52.500,00
FORD	Cargo 1721 SWB (chasis corto)	S/. 49.990,00
FORD	Cargo 815 Chasis Corto	S/. 28.900,00
FORD	Cargo 815 Chasis Largo	S/. 29.500,00
FORD	ECOSPORT 4WD	S/. 25.490,00
FORD	ECOSPORT 4X2	S/. 21.990,00
FORD	ESCAPE 4X4	S/. 31.990,00
FORD	EXPEDITION EDDIE BAUER 4X4	S/. 62.000,00
FORD	EXPLORER EDDIE BAUER 4X4 TA	S/. 46.990,00
FORD	EXPLORER SPORT TRAC 4X4	S/. 38.990,00
FORD	EXPLORER XLT 4X2 T/A	S/. 36.500,00
FORD	EXPLORER XLT 4X4 T/A	S/. 39.500,00
FORD	F-150 XLT CC 4x4 (USA)	S/. 42.990,00
FORD	F-150 XLT RC 4x4 (USA)	S/. 37.490,00
FORD	F-250 4X4 CC	S/. 40.990,00
FORD	F-350 XL 4x2 (Ven)	S/. 41.440,00
FORD	F-350 XL 4x4 (USA)	S/. 41.440,00
FORD	F-450	S/. 52.900,00
FORD	F-550	S/. 56.900,00
FORD	F-750	IND
FORD	FIESTA AMAZON	S/. 13.750,00
FORD	MUSTANG (USA)	S/. 60.000,00
FORD	Ranger 4x2 C/S BALDE	S/. 16.550,00
FORD	Ranger 4X2 C/S CHASIS	S/. 15.390,00
FORD	Ranger 4x2 DC BALDE	S/. 18.800,00
FORD	Ranger 4X4 C/S BALDE	S/. 20.100,00
FORD	Ranger 4X4 DC BALDE	S/. 23.750,00
FREIGHTLINER	COLUMBIA CUMMINS	IND
FREIGHTLINER	M2	IND
HINO	FC4JJUA	IND
HINO	FG1JPUZ	IND
HINO	FM1JLUD	IND
HINO	FM1JRUA	IND
HINO	FS1ELVD	IND
HINO	FS1ERVA	IND
HINO	GD1JLUA	IND
HINO	GD1JPTZ	IND
HINO	GH1JGUD	IND
HINO	GH1JMUA	IND
HINO	SS1EKVG	IND
HINO	XZU412LHKMMW	IND
HINO	XZU412LHKMQW	IND
HINO	XZU412LHKMRW	IND
HINO	XZU422LHKMRW	IND
HONDA	ACCORD EX	S/. 37.500,00
HONDA	ACCORD EXL	S/. 39.500,00
HONDA	ACCORD MT	S/. 34.670,00
HONDA	CIVIC COUPE	S/. 30.390,00
HONDA	CIVIC EX AT	S/. 30.330,00
HONDA	CIVIC EX MT	S/. 28.690,00
HONDA	CIVIC LX AT	S/. 27.790,00
HONDA	CIVIC LX MT	S/. 25.990,00
HONDA	CRV 4X2 BASICO	S/. 29.690,00
HONDA	CRV 4X2 FULL	S/. 30.990,00

MARCA	MODELO	PVP
HONDA	CRV 4X4 EX AT	Sl. 35.890,00
HONDA	CRV 4X4 EX AT CUERO	Sl. 38.890,00
HONDA	CRV 4X4 EX MT	Sl. 35.490,00
HONDA	CRV 4X4 LX AT	Sl. 32.990,00
HONDA	CRV 4X4 LX MT	Sl. 32.490,00
HONDA	FIT	IND
HONDA	ODYSSEY	Sl. 49.500,00
HONDA	ODYSSEY CON DVD	Sl. 54.065,00
HONDA	PILOT	Sl. 53.900,00
HYUNDAI	ACCENT GL 1.6 4DR A/C	IND
HYUNDAI	ACCENT GLS 1.6 5DR	IND
HYUNDAI	ACCENT GLS 1.6 5DR A/C	IND
HYUNDAI	ACCENT EXONERADO A/C	IND
HYUNDAI	ACCENT GL 1.6 4DR	IND
HYUNDAI	ACCENT GL TAXI 1.6	IND
HYUNDAI	ACCENT GL TAXI 1.6 A/C	IND
HYUNDAI	ATOS PRIME GL	IND
HYUNDAI	ATOS PRIME GL A/C	IND
HYUNDAI	COUNTY 24+1 AC	IND
HYUNDAI	COUNTY CARROCERIA NACIONAL	IND
HYUNDAI	COUNTY24+1	IND
HYUNDAI	COUPE GLS 2.0	IND
HYUNDAI	COUPE GLS 2.7	IND
HYUNDAI	ELANTRA 4DR GL 1.6	IND
HYUNDAI	ELANTRA 5 DR GL 1.6	IND
HYUNDAI	GETZ 5DR GL	IND
HYUNDAI	GETZ 5DR GL A/C	IND
HYUNDAI	H 100 12 PAS A/C	IND
HYUNDAI	H1 AMBULANCIA	IND
HYUNDAI	H1 STAREX 7 PAS TM 4X4	IND
HYUNDAI	H1 STAREX 7 PAS TM 4X2	IND
HYUNDAI	H1 STAREX 9 PAS 4x2	IND
HYUNDAI	H1 STAREX 12 PAS 4x2	IND
HYUNDAI	H1 STAREX 12 PAS 4x2	IND
HYUNDAI	HD120	IND
HYUNDAI	HD270 CHASIS	IND
HYUNDAI	HD270 VOLQUETA	IND
HYUNDAI	HD65 CABINA GRANDE	IND
HYUNDAI	HD65 CABINA PEQUEÑA	IND
HYUNDAI	HD72 Bare Chasis	IND
HYUNDAI	HD72 Long Cabin	IND
HYUNDAI	HD78	IND
HYUNDAI	H-R PORTER 1	IND
HYUNDAI	H-R PORTER 1 BALDE	IND
HYUNDAI	H-R PORTER 1 DOBLE CABINA	IND
HYUNDAI	MATRIX 1.6 GL	IND
HYUNDAI	MATRIX 1.8 GLS	IND
HYUNDAI	MATRIX 1.8 GLS A/C	IND
HYUNDAI	NEW GLS-4X4-2,7-TA 7PX FULL	IND
HYUNDAI	NEW SANTA FE GL-4X2-TM 5PX	IND
HYUNDAI	NEW SANTA FE GL-4X2-TM-7PX	IND
HYUNDAI	NEW SANTA FE GLS-4x4-TA-7PX	IND
HYUNDAI	NUEVO ACCENT GL 1.4 LT 4DR A/C	IND
HYUNDAI	NUEVO ACCENT GL 1.4 LT 4DR	IND
HYUNDAI	NUEVO ACCENT GLS 1.4 LT 4DR A/C	IND

MARCA	MODELO	PVP
HYUNDAI	SANTA FE 4 X 2 GL	IND
HYUNDAI	SONATA GLS TA 2.4	IND
HYUNDAI	SONATA GLS TA 2.7	IND
HYUNDAI	SONATA GLS TM 2.7	IND
HYUNDAI	TERRACAN 4 X 4 TA DIESEL	IND
HYUNDAI	TERRACAN 4 X 4 TM DIESEL	IND
HYUNDAI	TERRACAN 4 X 4 TM DIESEL	IND
HYUNDAI	TERRACAN 4 X 4 TM DIESEL	IND
HYUNDAI	TERRACAN 4X4 TA DIESEL	IND
HYUNDAI	TERRACAN GL	IND
HYUNDAI	TUCSON 4x2 TA	IND
HYUNDAI	TUCSON 4x2 TM	IND
HYUNDAI	TUCSON 4x2 TM DSL	IND
HYUNDAI	TUCSON 4x4 TA	IND
HYUNDAI	TUCSON 4x4 TA 2,7	IND
INTERNATIONAL	4200 4X2	IND
INTERNATIONAL	4300 4X2	IND
INTERNATIONAL	4400 4X2	IND
INTERNATIONAL	4400 6X4	IND
INTERNATIONAL	7600 6X4	IND
INTERNATIONAL	9200 6X4	IND
INTERNATIONAL	CF 600	IND
IVECO	Daily 40.12	S/. 42.500,00
IVECO	Daily 49.12	S/. 46.500,00
IVECO	EuroCargo 170E22 MLC	S/. 55.800,00
IVECO	EuroCargo 170E22 MLL	S/. 51.600,00
IVECO	EuroCargo CC170E22	S/. 51.000,00
IVECO	Stralis 440S54T	S/. 132.000,00
IVECO	Stralis 740S42T	S/. 113.000,00
IVECO	Trakker 380T38	S/. 113.000,00
KENWORTH	KENWORTH T-2000	IND
KENWORTH	KENWORTH T-800	S/. 134.500,00
KIA	Carens EX 2.0L DSL 7 PAS FULL	S/. 24.290,00
KIA	CARENS LX 2.0 7 PAS	S/. 19.490,00
KIA	CARENS LX 2.0 7 PAS A/C	S/. 20.490,00
KIA	CARENS LX 2.0 7 PAS FULL	S/. 22.990,00
KIA	Carens LX 2.0L DSL 7 PAS DSL	S/. 20.790,00
KIA	Carens LX 2.0L DSL 7 PAS DSL A/C	S/. 21.790,00
KIA	Carnival 2.9L DSL A/T	S/. 37.490,00
KIA	Carnival 2.9L DSL M/T	S/. 35.490,00
KIA	Carnival 3.8L GSL A/T	S/. 37.190,00
KIA	CERATO 1.6	S/. 16.590,00
KIA	CERATO 1.6 A/C	S/. 17.590,00
KIA	CERATO 5	S/. 16.900,00
KIA	CERATO 5 A/C	S/. 17.900,00
KIA	K2700 II 4X2	IND
KIA	K2700 II 4X4	S/. 21.690,00
KIA	Magentis 2.0L A/T	S/. 26.290,00
KIA	Magentis 2.0L M/T	S/. 24.990,00
KIA	OPIRUS	S/. 45.000,00
KIA	PICANTO EX	S/. 11.890,00
KIA	PICANTO EX A/C	S/. 12.690,00
KIA	RIO XCITE 1.4L EX 4P	S/. 14.990,00
KIA	RIO XCITE 1.4L EX 5P	S/. 14.590,00
KIA	RIO XCITE 1.4L EX 5P A/C	S/. 15.590,00

MARCA	MODELO	PVP
KIA	RIO XCITE 1.4L EX A/C 4P	S/. 15.990,00
KIA	RIO XCITE 1.4L LX 4P	S/. 13.890,00
KIA	RIO XCITE 1.4L LX 5P	S/. 13.890,00
KIA	RIO XCITE 1.4L LX A/C 4P	S/. 14.890,00
KIA	RIO XCITE 1.4L LX A/C 5P	S/. 14.890,00
KIA	RIO XCITE 1.6L EX	S/. 13.490,00
KIA	RIO XCITE 1.6L EX A/C 4P	S/. 13.990,00
KIA	Sorento 1/2 Full DSL M/T	S/. 33.490,00
KIA	Sorento 1/2 Full H/M	S/. 38.990,00
KIA	Sorento 1/2 Full M/T	S/. 34.690,00
KIA	Sorento Full DSL A/T	S/. 38.690,00
KIA	Sorento Full DSL A/T 4X2	S/. 35.990,00
KIA	Sorento Full DSL M/T	S/. 36.690,00
KIA	Sorento Full H/M	S/. 39.490,00
KIA	Sorento Full M/T	S/. 37.790,00
KIA	Sportage 2.0 EX 4x4	IND
KIA	Sportage 2.0 LX 4x2	S/. 23.590,00
KIA	Sportage 2.0 LX H/M 4x2	S/. 24.590,00
KIA	Sportage 2.7 EX	S/. 29.890,00
LADA	CAMPERO 3P	S/. 13.490,00
LADA	CAMPERO 5P	S/. 15.999,00
LADA	CLASICO	S/. 9.490,00
LADA	DINASTIA	S/. 12.490,00
LADA	KALINA	S/. 14.490,00
LADA	NOVO	S/. 10.390,00
LADA	PREMIER	S/. 13.590,00
LADA	SPORT	S/. 12.590,00
LAND ROVER	DEFENDER 110	S/. 51.000,00
LAND ROVER	DEFENDER 90	S/. 48.000,00
LAND ROVER	DISCOVERY TD6	S/. 69.000,00
LAND ROVER	DISCOVERY TD6	S/. 75.000,00
LAND ROVER	DISCOVERY V6 SE	S/. 66.000,00
LAND ROVER	DISCOVERY V8 HSE	S/. 86.000,00
LAND ROVER	RANGE ROVER	S/. 125.000,00
LAND ROVER	RANGE ROVER SPORT	S/. 96.000,00
MAN	TGA 18.310 BB	IND
MAN	TGA 26.460 BBS	IND
MAN	TGA 26.510 BBS	IND
MAN	TGA 33.360 BBK	IND
MAN	TGA 33.360 BB-WW	IND
MAN	TGA 33.430 BBS-WWW	IND
MAN	TGA 33.460 BBS-WW	IND
MAZDA	626 MA	S/. 22.022,00
MAZDA	626 MT	S/. 19.990,00
MAZDA	ALLEGRO 1.6 HB	S/. 15.990,00
MAZDA	ALLEGRO 1.6 NB	S/. 15.990,00
MAZDA	B' 2.2 CD ACTION II 4X2	S/. 18.640,00
MAZDA	B-2200 C/D	S/. 17.790,00
MAZDA	B-2200 C/S LWB	S/. 15.890,00
MAZDA	B-2200 C/S SWB	S/. 15.890,00
MAZDA	B-2200 CHASIS	S/. 15.090,00
MAZDA	B-2600 C/D FULL	S/. 25.100,00
MAZDA	B-2600 CHASIS	S/. 18.440,00
MAZDA	B-2600i C/D STD	S/. 21.640,00
MAZDA	B-2600i C/D STD AC	S/. 21.990,00

MARCA	MODELO	PVP
MAZDA	B-2600i C/S	S/. 19.490,00
MAZDA	B-2600i CS A/C	S/. 20.240,00
MAZDA	MAZDA 6 AT	S/. 27.987,00
MAZDA	MAZDA 6 MT 6 Velocidades	S/. 27.490,00
MAZDA	MAZDA3 SEDAN 1.6 TM	S/. 20.390,00
MAZDA	MAZDA3 SEDAN 2.0 TA	S/. 23.990,00
MAZDA	MAZDA3 SPORT 1.6 TM	S/. 20.490,00
MAZDA	MAZDA3 SPORT 2.0 TA	S/. 23.990,00
MAZDA	MAZDA3 SPORT 2.0 TM	S/. 22.990,00
MAZDA	MAZDA5 2.0 TA	S/. 29.355,00
MAZDA	MAZDA5 2.0 TM	S/. 28.355,00
MAZDA	MPV	S/. 32.990,00
MERCEDES BENZ	3343	IND
MERCEDES BENZ	1720 / 36 (StarMotors)	S/. 56.300,00
MERCEDES BENZ	1720 / 48 (StarMotors)	S/. 55.400,00
MERCEDES BENZ	1728 (StarMotors)	S/. 66.900,00
MERCEDES BENZ	A200 (StarMotors)	S/. 39.000,00
MERCEDES BENZ	Actros 2653 (StarMotors)	S/. 137.000,00
MERCEDES BENZ	C180K (StarMotors)	S/. 47.000,00
MERCEDES BENZ	C200K (StarMotors)	S/. 51.000,00
MERCEDES BENZ	C230 (StarMotors)	S/. 55.000,00
MERCEDES BENZ	CLS350 (StarMotors)	S/. 130.000,00
MERCEDES BENZ	F350 (StarMotors)	S/. 84.000,00
MERCEDES BENZ	ML 350 (StarMotors)	S/. 89.000,00
MERCEDES BENZ	O500	S/. 175.000,00
MERCEDES BENZ	OF 1721 / 52 / 59 (StarMotors)	S/. 52.900,00
MERCEDES BENZ	SPRINTER 313 C PASAJEROS (StarMotors)	S/. 38.300,00
MERCEDES BENZ	SPRINTER 413 C PASAJEROS (StarMotors)	S/. 42.700,00
MITSUBISHI	BE639GLMSHNR	IND
MITSUBISHI	BE639JLMSHNR	IND
MITSUBISHI	FE519BNSLNRA	IND
MITSUBISHI	FE639E6SLNRA	IND
MITSUBISHI	FE659E6SLNRA	IND
MITSUBISHI	FE659F6SLNRB	IND
MITSUBISHI	FE659HZSLNRA	IND
MITSUBISHI	FE71PBNSLNR	IND
MITSUBISHI	FE84PE6SLNR	IND
MITSUBISHI	FE85PG6SLNR	IND
MITSUBISHI	FE85PHZSLNR	IND
MITSUBISHI	L-200 4WD DC MT Diesel	IND
MITSUBISHI	L-200 4WD DC MT Gas	IND
MITSUBISHI	L-200 4WD SC MT Diesel	IND
MITSUBISHI	L-300 Cargo	IND
MITSUBISHI	L-300 Passenger	IND
MITSUBISHI	Lancer 1.6L AT	IND
MITSUBISHI	Lancer 1.6L MT	IND
MITSUBISHI	Lancer Evo IX RS	IND
MITSUBISHI	Montero 3dr 3.8L AT Full	IND
MITSUBISHI	Montero 3dr 3.8L AT Semi	IND
MITSUBISHI	Montero 5dr 2.8L AT Diesel	IND
MITSUBISHI	Montero 5dr 3.2L MT Diesel	IND
MITSUBISHI	Montero 5dr 3.8L AT Full	IND
MITSUBISHI	Montero 5dr 3.8L AT Semi	IND
MITSUBISHI	Montero Sport 4WD AT Full	IND
MITSUBISHI	Montero Sport 4WD AT Semi	IND

MARCA	MODELO	PVP
MITSUBISHI	Montero Sport 4WD MT Full	IND
MITSUBISHI	Montero Sport 4WD MT Semi	IND
MITSUBISHI	Outlander 2WD	IND
MITSUBISHI	Outlander AWD	IND
NISSAN	ALMERA 1.6 AT	Sl. 18.980,00
NISSAN	ALMERA 1.6 MT	Sl. 17.450,00
NISSAN	ALMERA 1.6 MT ABS	Sl. 18.450,00
NISSAN	ALTIMA 2.5 MT	Sl. 36.990,00
NISSAN	FRONTIER CD 4X2	Sl. 21.100,00
NISSAN	FRONTIER CD 4X2 A/C	Sl. 22.100,00
NISSAN	FRONTIER CD 4X2 DX TDI	Sl. 25.350,00
NISSAN	FRONTIER CD 4X4 AX	Sl. 28.500,00
NISSAN	FRONTIER CD 4X4 DX A/C	Sl. 25.750,00
NISSAN	Frontier CD 4x4 STD DX diesel	Sl. 28.750,00
NISSAN	FRONTIER CS 4X4 TDI	IND
NISSAN	MURANO 4X2	Sl. 46.500,00
NISSAN	MURANO FULL A/T	Sl. 48.500,00
NISSAN	MURANO LIMITED A/T	Sl. 54.990,00
NISSAN	PATHFINDER	IND
NISSAN	PATHFINDER 2.5 DTI LE 6MT	Sl. 57.500,00
NISSAN	PATHFINDER 4.0 LE 5AT	Sl. 59.990,00
NISSAN	PATHFINDER 4.0 SE 5AT	Sl. 55.500,00
NISSAN	PATROL GRX DIESEL AT	Sl. 59.900,00
NISSAN	PATROL GRX LIMITED AT	Sl. 63.990,00
NISSAN	PATROL GRX LIMITED MT	Sl. 58.990,00
NISSAN	PATROL SGL DIESEL AT	Sl. 57.990,00
NISSAN	PICK UP D21 CD 4X2	Sl. 17.100,00
NISSAN	PICK UP D21 CS 4X2	Sl. 15.290,00
NISSAN	SENTRA 1.6 MT AC	Sl. 14.300,00
NISSAN	SENTRA 1.6 AT	Sl. 14.850,00
NISSAN	SENTRA 1.6 MT	Sl. 13.300,00
NISSAN	SENTRA 2.0 L MT	Sl. 24.990,00
NISSAN	SENTRA 2.0L CVT (AT)	Sl. 29.750,00
NISSAN	TIIDA 1.6 M/T	Sl. 19.990,00
NISSAN	TIIDA 1.8 A/T	Sl. 23.490,00
NISSAN	TIIDA 1.8 M/T	Sl. 22.690,00
NISSAN	TIIDA 1.8 M/T HB	Sl. 23.690,00
NISSAN	URVAN DIESEL	Sl. 28.500,00
NISSAN	X-TRAIL 4X2	Sl. 28.980,00
NISSAN	X-TRAIL AT	Sl. 32.990,00
NISSAN	X-TRAIL AT FULL	Sl. 36.500,00
NISSAN	X-TRAIL DIESEL	Sl. 33.700,00
NISSAN	X-TRAIL MT	Sl. 31.450,00
NISSAN	X-TRAIL MT FULL	Sl. 35.500,00
NISSAN DIESEL	CWB459 HDLB	IND
NISSAN DIESEL	CWB459 HTLB	IND
NISSAN DIESEL	CWB459 PPLB	IND
NISSAN DIESEL	PKB212 EHHA	IND
NISSAN DIESEL	PKB212 NHHA	IND
NISSAN DIESEL	PKC212 EHLB	IND
NISSAN DIESEL	PKC212 MHLB	IND
NISSAN DIESEL	T4 U41	IND
NISSAN DIESEL	T5 U41	IND
NISSAN DIESEL	T5 U41 torpedo	IND
PEUGEOT	206 CC Autofrancia	Sl. 32.136,00

MARCA	MODELO	PVP
PEUGEOT	206 CC Autofrancia	S/. 35.464,00
PEUGEOT	206 Coupé Cabriolet Ceti	S/. 28.940,00
PEUGEOT	206 Coupé Cabriolet Ceti	S/. 32.500,00
PEUGEOT	206 RALLY	S/. 24.960,00
PEUGEOT	206 SW Ceti	S/. 16.995,00
PEUGEOT	206 SW XR Autofrancia	S/. 18.616,00
PEUGEOT	206 SW XS Autofrancia	S/. 22.152,00
PEUGEOT	206 X DESIGN	S/. 17.472,00
PEUGEOT	206 X-Design Ceti	S/. 15.495,00
PEUGEOT	206 XR Autofrancia (Aneta)	S/. 13.000,00
PEUGEOT	206 XR Base	S/. 12.500,00
PEUGEOT	206 XR Base	S/. 13.500,00
PEUGEOT	206 XR Premium	S/. 18.200,00
PEUGEOT	206 XR Premium Auto	S/. 19.864,00
PEUGEOT	206 XR Premium Ceti	S/. 17.900,00
PEUGEOT	206 XR PRESENCE Ceti	S/. 14.490,00
PEUGEOT	206 XRC Autofrancia	S/. 16.744,00
PEUGEOT	206 XRC BASE Autofrancia	S/. 14.976,00
PEUGEOT	206 XRS Autofrancia	S/. 15.704,00
PEUGEOT	206 XRS BASE Autofrancia	S/. 13.936,00
PEUGEOT	206 XS	S/. 18.720,00
PEUGEOT	206 XS Ceti	S/. 16.600,00
PEUGEOT	206 XT AUTO Autofrancia	S/. 21.000,00
PEUGEOT	206 XT Autofrancia	S/. 19.240,00
PEUGEOT	206 XT Ceti	S/. 16.900,00
PEUGEOT	307 CC AT Ceti	S/. 47.900,00
PEUGEOT	307 CC Autofrancia	S/. 47.320,00
PEUGEOT	307 CC Ceti	S/. 44.900,00
PEUGEOT	307 SEDAN Ceti	S/. 21.950,00
PEUGEOT	307 SEDAN Ceti	S/. 27.900,00
PEUGEOT	307 SW AUTO. Autofrancia	S/. 33.280,00
PEUGEOT	307 SW Ceti	S/. 25.990,00
PEUGEOT	307 SW MANUAL Autofrancia	S/. 31.096,00
PEUGEOT	307 X LINE Autofrancia	S/. 25.376,00
PEUGEOT	307 X LINE Ceti	S/. 19.990,00
PEUGEOT	307 XS SEDAN Autofrancia	S/. 24.960,00
PEUGEOT	307 XS 1.6 3P	S/. 26.104,00
PEUGEOT	307 XS AUTO PACK Autofrancia	S/. 31.720,00
PEUGEOT	307 XS AUTOMATICO Autofrancia	S/. 29.120,00
PEUGEOT	307 XS SEDAN Autofrancia	S/. 27.560,00
PEUGEOT	307 XSI Autofrancia	S/. 31.616,00
PEUGEOT	307 XT Autofrancia	S/. 28.912,00
PEUGEOT	307 XT Autofrancia AUTO	S/. 31.096,00
PEUGEOT	407 Coupe 2.2	S/. 56.900,00
PEUGEOT	407 Coupe 3.0	S/. 56.900,00
PEUGEOT	407 CUPE Autofrancia	S/. 65.000,00
PEUGEOT	407 CUPE Autofrancia T/M	S/. 52.498,00
PEUGEOT	407 SPORT Autofrancia	S/. 47.840,00
PEUGEOT	407 SR Ceti	S/. 32.600,00
PEUGEOT	407 SR Ceti T/A	S/. 35.500,00
PEUGEOT	407 ST SPORT Ceti	S/. 39.900,00
PEUGEOT	407 ST SPORT Ceti T/A	S/. 42.900,00
PEUGEOT	407 STCF	S/. 38.272,00
PEUGEOT	407 STCF Auto	S/. 40.352,00
PEUGEOT	407 STSP Auto	S/. 47.840,00

MARCA	MODELO	PVP
PEUGEOT	407 SW Autofrancia	S/. 41.392,00
PEUGEOT	407 SW SR Ceti	S/. 34.600,00
PEUGEOT	407 SW ST SPORT Ceti	S/. 44.600,00
PEUGEOT	607 3.0 AUTO PACK S/T Ceti	S/. 63.700,00
PEUGEOT	807 ST 2.0 AT Ceti	S/. 39.900,00
PEUGEOT	BOXER Autofrancia	S/. 34.517,00
PEUGEOT	PARTNER 1.9D Autofrancia	S/. 18.512,00
PORSCHE	911 C 2	S/. 127.700,00
PORSCHE	911 C 4	S/. 113.000,00
PORSCHE	BOXSTER	S/. 76.680,00
PORSCHE	BOXSTER S	S/. 90.540,00
PORSCHE	CAYENNE	S/. 86.440,00
PORSCHE	CAYMAN	S/. 83.135,00
PORSCHE	CAYMAN S	S/. 96.730,00
RENAULT	CLIO COOL	S/. 12.490,00
RENAULT	CLIO COOL AC	S/. 13.290,00
RENAULT	CLIO DYNAMIQUE 1.6	S/. 14.450,00
RENAULT	CLIO EXPRESSION AC	IND
RENAULT	LAGUNA 3.0 V6	IND
RENAULT	LOGAN DYNAMIQUE	S/. 13.990,00
RENAULT	LOGAN EXPRESSION	S/. 12.190,00
RENAULT	LOGAN EXPRESSION AC	S/. 12.990,00
RENAULT	MEGANE 1.4 A/C	IND
RENAULT	MEGANE 1.6	S/. 16.450,00
RENAULT	MEGANE 1.6 T/A	S/. 17.990,00
RENAULT	MEGANE II DYNAMIQUE 4A/T (CON TECHO)	S/. 26.990,00
RENAULT	MEGANE II DYNAMIQUE 4A/T (SIN TECHO)	S/. 26.390,00
RENAULT	MEGANE II DYNAMIQUE 6 M/T CON TECHO	S/. 25.990,00
RENAULT	MEGANE II DYNAMIQUE 6M/T (SIN TECHO)	S/. 25.350,00
RENAULT	MEGANE II DYNAMIQUE 6M/T H/B (CON TECHO)	IND
RENAULT	MEGANE II DYNAMIQUE 6M/T H/B (SIN TECHO)	S/. 24.800,00
RENAULT	MEGANE II EXPRESSION 4 AMT SEDAN	IND
RENAULT	SCENIC 1.6	IND
RENAULT	SYMBOL AUTHENTIQUE	S/. 12.600,00
RENAULT	SYMBOL AUTHENTIQUE AC	S/. 13.100,00
RENAULT	SYMBOL EXPRESSION	IND
RENAULT	TWINGO STD TW 01	IND
RENAULT	TWINGO U 16V	IND
RENAULT	TWINGO U 16V AC	S/. 10.990,00
SKODA	FABIA COMBI CLASSIC GTI	S/. 14.986,00
SKODA	FABIA COMBI CLASSIC GTI PLUS	S/. 16.463,00
SKODA	FABIA COMBI CLASSIC SDI PLUS	S/. 16.999,00
SKODA	FABIA HB CLASSIC 12 V PLUS	S/. 14.358,00
SKODA	FABIA HB CLASSIC 12V	S/. 13.429,00
SKODA	FABIA HB CLASSIC 6V	S/. 12.998,00
SKODA	FABIA HB CLASSIC GTI	S/. 14.549,00
SKODA	FABIA HB CLASSIC GTI PLUS	S/. 15.669,00
SKODA	FABIA SEDAN CLASSIC FE	S/. 14.549,00
SKODA	FABIA SEDAN CLASSIC FE PLUS	S/. 15.669,00
SKODA	FABIA SEDAN CLASSIC GTI	S/. 15.366,00
SKODA	FABIA SEDAN CLASSIC GTI PLUS	S/. 16.486,00
SKODA	OCTAVIA A5 1.6 TA	S/. 24.931,00
SKODA	OCTAVIA A5 1.6 TM	S/. 22.389,00
SKODA	OCTAVIA A5 2.0 TA	S/. 29.994,00
SKODA	OCTAVIA A5 2.0 TM	S/. 27.720,00

MARCA	MODELO	PVP
SKODA	OCTAVIA A5 TDI TA	S/. 28.448,00
SKODA	OCTAVIA A5 TDI TM	S/. 25.995,00
SKODA	OCTAVIA TOUR 1.6 TA	S/. 21.862,00
SKODA	OCTAVIA TOUR 1.6 TM	S/. 19.359,00
SKODA	OCTAVIA TOUR TDI TA	S/. 23.837,00
SKODA	OCTAVIA TOUR TDI TM	S/. 20.998,00
SKODA	SUPERB COMFORT TT	S/. 35.829,00
SKODA	SUPERB ELEGANCE 2.8	S/. 43.982,00
TOYOTA	4-RUNNER 4x2 T/A	S/. 45.640,00
TOYOTA	4-RUNNER 4x4 T/A	S/. 50.890,00
TOYOTA	COROLLA 1.6 T/A	S/. 20.010,00
TOYOTA	COROLLA 1.6 T/M	S/. 18.330,00
TOYOTA	COROLLA 1.8 T/A	S/. 21.640,00
TOYOTA	COROLLA 1.8 T/M	S/. 22.810,00
TOYOTA	DYNA	S/. 31.330,00
TOYOTA	Fortuner T/A	S/. 40.010,00
TOYOTA	Fortuner T/M	S/. 38.710,00
TOYOTA	Hiace Diesel Pas	S/. 37.100,00
TOYOTA	Hiace Diesel Carga	S/. 26.890,00
TOYOTA	Hiace Diesel Panel Van	IND
TOYOTA	Hiace Gasolina Pas	S/. 32.100,00
TOYOTA	Hilux 4x2 CD	S/. 20.740,00
TOYOTA	Hilux 4x2 CD Diesel	S/. 26.450,00
TOYOTA	Hilux 4x2 CS	S/. 18.410,00
TOYOTA	Hilux 4x2 CS Chasis	S/. 17.430,00
TOYOTA	Hilux 4x4 CD A/A	S/. 29.470,00
TOYOTA	Hilux 4x4 CD A/A Diesel	S/. 29.350,00
TOYOTA	Hilux 4x4 CD SR	S/. 32.210,00
TOYOTA	Land Cruiser 100	S/. 95.680,00
TOYOTA	LAND CRUISER CORTO DLX	S/. 28.560,00
TOYOTA	LAND CRUISER CORTO STD	S/. 26.270,00
TOYOTA	LAND CRUISER LARGO	S/. 28.700,00
TOYOTA	LAND CRUISER PICK CHASIS	S/. 26.120,00
TOYOTA	LAND CRUISER PICK UP DLX	S/. 30.050,00
TOYOTA	LAND CRUISER PICK UP STD	S/. 27.200,00
TOYOTA	Land Cruiser Prado 3P	S/. 25.830,00
TOYOTA	Land Cruiser Prado 5P T/A	S/. 38.310,00
TOYOTA	Land Cruiser Prado 5P T/M	S/. 36.730,00
TOYOTA	OTROS	IND
TOYOTA	Rav-4 4x2 TA	S/. 33.490,00
TOYOTA	Rav-4 4x2 TM	S/. 31.980,00
TOYOTA	Rav-4 4x4 TA	S/. 35.870,00
TOYOTA	Rav-4 4x4 TM	S/. 34.140,00
TOYOTA	Yaris Nitro 3P	S/. 14.670,00
TOYOTA	Yaris Nitro 3P A/A	S/. 15.610,00
TOYOTA	Yaris Nitro 5P	S/. 15.650,00
TOYOTA	Yaris Nitro 5P A/A	S/. 16.750,00
TOYOTA	Yaris Sedán 1.5 TA	S/. 20.960,00
TOYOTA	Yaris Sedán 1.5 TM	S/. 19.160,00
VOLKSWAGEN	BORA M/T	S/. 29.790,00
VOLKSWAGEN	BORA TIP	S/. 33.350,00
VOLKSWAGEN	BUS VW 17.210 COMIL	IND
VOLKSWAGEN	BUS VW 17.210 INTERPROVINCIAL	IND
VOLKSWAGEN	BUS VW 17.210 OD CAIO	IND
VOLKSWAGEN	BUS VW 17.210 OD URBANO	IND

MARCA	MODELO	PVP
VOLKSWAGEN	CADDY	IND
VOLKSWAGEN	CHASIS VW 17.210 OD	S/. 51.900,00
VOLKSWAGEN	CHASIS VW 9.150 OD	S/. 30.900,00
VOLKSWAGEN	CROSSFOX	S/. 20.490,00
VOLKSWAGEN	FOX 4PTS	S/. 16.290,00
VOLKSWAGEN	FOX SPORT 2PTS	IND
VOLKSWAGEN	FOX SPORT 4PTS	S/. 17.340,00
VOLKSWAGEN	FOX2PTS	IND
VOLKSWAGEN	GOL 1.8 5P COMFORT	IND
VOLKSWAGEN	GOL 1.8 5P GENERACION	IND
VOLKSWAGEN	GOL 1.8 5P SPORT	IND
VOLKSWAGEN	GOL IV COMFORT	S/. 15.700,00
VOLKSWAGEN	GOL IV POWER	S/. 14.650,00
VOLKSWAGEN	GOL IV SPORT	S/. 17.150,00
VOLKSWAGEN	GOLF 1.6	S/. 20.500,00
VOLKSWAGEN	GOLF 1.8 GTI	IND
VOLKSWAGEN	GOLF 2.0	S/. 24.470,00
VOLKSWAGEN	JETTA 2.0 AT	S/. 25.900,00
VOLKSWAGEN	JETTA 2.0 MT	S/. 22.400,00
VOLKSWAGEN	NEW BEETLE 2.0	IND
VOLKSWAGEN	PARATI	IND
VOLKSWAGEN	PARATI IV SPORT	S/. 17.990,00
VOLKSWAGEN	PASSAT 2.0	S/. 39.990,00
VOLKSWAGEN	POLO 1.6 HATCHBACK	IND
VOLKSWAGEN	POLO 1.6 SEDAN	IND
VOLKSWAGEN	SANTANA	IND
VOLKSWAGEN	SAVEIRO	IND
VOLKSWAGEN	SAVEIRO IV	S/. 14.890,00
VOLKSWAGEN	SPACE FOX	S/. 21.990,00
VOLKSWAGEN	TOUAREG	S/. 75.900,00
VOLKSWAGEN	VW 13.190	IND
VOLKSWAGEN	VW 15.190	S/. 50.900,00
VOLKSWAGEN	VW 17.220	S/. 53.900,00
VOLKSWAGEN	VW 18.310	S/. 72.000,00
VOLKSWAGEN	VW 26.310	S/. 85.000,00
VOLKSWAGEN	VW 7.110	S/. 26.000,00
VOLKSWAGEN	VW 8.150	IND
VOLKSWAGEN	VW 9.150	S/. 29.900,00
VOLVO	V 70 XC	S/. 71.000,00
VOLVO	V 90 XC	S/. 91.000,00
VOLVO	Volvo S 40 2.4 M	S/. 46.000,00
VOLVO	Volvo S 40 2.4 MT	S/. 46.500,00
VOLVO	Volvo S 40 T5 M/T	S/. 49.500,00
VOLVO	Volvo S 60 2.0 TA	S/. 55.000,00
VOLVO	Volvo S 60 2.0 TM	S/. 53.000,00
VOLVO	Volvo S 60 2.4 I TA	IND
VOLVO	Volvo S 60 2.4 L TM	S/. 44.000,00
VOLVO	Volvo S 60 2.5 L TA	S/. 69.000,00
VOLVO	Volvo S 60 T5	S/. 52.000,00
VOLVO	Volvo S 80 3.2 T/A	S/. 76.000,00
VOLVO	XC90 2.5T	S/. 81.000,00
VOLVO	XC90 2.5TE	S/. 81.000,00
VOLVO	XC91 V8	S/. 101.000,00

IND: Información no disponible



# **ANEXO:**

## **3.2.11.1a**

**PRODUCCION NACIONAL POR ENSAMBLADORA, TIPO Y MODELO DE VEHICULO**

	Año 2000	Año 2001	Año 2002	Año 2003	Año 2004	Año 2005	Año 2006	Suma 2000-2006
<b>TOTAL PRODUCCION NACIONAL</b>	<b>13.076</b>	<b>28.335</b>	<b>27.931</b>	<b>31.201</b>	<b>31.085</b>	<b>43.390</b>	<b>51.762</b>	<b>226.780</b>
<b>AYMESA</b>	<b>147</b>	<b>2.636</b>	<b>2.124</b>	<b>2.309</b>	<b>1.375</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8.591</b>
<b>AUTOMOVILES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>1.269</b>	<b>780</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2.040</b>
Kia Rio LS	0	0	11	575	207	0	0	793
Kia Rio LS Taxi	0	0	0	18	84	0	0	102
Kia Rio LS A/C Taxi	0	0	0	0	29	0	0	29
Kia Rio LS A/C	0	0	0	300	156	0	0	456
Kia Rio LSX	0	0	0	228	127	0	0	355
Kia Rio LSX A/C	0	0	0	148	157	0	0	305
<b>TODO TERRENO</b>	<b>147</b>	<b>2.636</b>	<b>2.113</b>	<b>1.040</b>	<b>615</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6.551</b>
Niva 3 Plas. STD	126	716	89	0	0	0	0	931
Niva 3 Plas. STD A/C	0	223	26	0	0	0	0	249
Niva 3 Plas. DLX	21	1.055	106	0	0	0	0	1.182
Niva 3 Plas. DLX A/C	0	447	51	0	0	0	0	498
Niva 3 Plas. Brio	0	0	133	111	108	0	0	352
Niva 3 Plas. Ventura	0	0	211	84	144	0	0	439
Niva 3 Plas. Ventura A/C	0	0	25	34	35	0	0	94
Niva 3 Plas. Ventura II	0	0	83	100	108	0	0	291
Niva 3 Plas. Ventura II A/C	0	0	24	31	36	0	0	91
Kia Sportage Wagon	0	195	1.365	275	100	0	0	1.935
Kia Sportage ELITE	0	0	0	225	61	0	0	286
Kia Sportage FULL	0	0	0	0	23	0	0	23
Kia Sportage BASICO	0	0	0	180	0	0	0	180
<b>MARESA</b>	<b>1.491</b>	<b>1.823</b>	<b>2.839</b>	<b>3.402</b>	<b>3.919</b>	<b>5.013</b>	<b>6.309</b>	<b>24.798</b>
<b>AUTOMOVILES</b>	<b>305</b>	<b>343</b>	<b>425</b>	<b>832</b>	<b>688</b>	<b>701</b>	<b>965</b>	<b>4.039</b>
Mazda 323 NX New Model	41	0	0	0	0	0	0	41
Mazda 323 SW New Model	1	0	0	0	0	0	0	1
Mazda 323 HX3 New Model	60	0	0	0	0	0	0	60
Mazda Alegro NB 1.3	123	41	0	0	0	0	0	164
Mazda Alegro HB 1.3	0	17	0	0	0	0	0	17
Mazda Alegro NB 1.6	0	205	285	439	502	529	777	2.737
Mazda Alegro HB 1.6	80	80	140	193	166	172	188	1.019
<b>CAMIONETAS</b>	<b>1.186</b>	<b>1.480</b>	<b>2.414</b>	<b>2.770</b>	<b>3.251</b>	<b>4.312</b>	<b>5.344</b>	<b>20.757</b>
Toyota Stout	556	0	0	0	0	0	0	556
Mazda B 2200	415	680	754	820	920	1.159	1.258	6.006
Mazda B 2200 D/C	0	271	682	1.008	1.401	1.940	2.499	7.801
Mazda B 2600	80	324	500	420	336	405	420	2.485
Mazda B 2600 D/C	135	205	478	522	594	808	1.167	3.909
<b>OMNIBUS BB</b>	<b>11.438</b>	<b>23.876</b>	<b>22.968</b>	<b>25.490</b>	<b>25.791</b>	<b>38.377</b>	<b>45.453</b>	<b>193.393</b>
<b>AUTOMOVILES</b>	<b>631</b>	<b>2.392</b>	<b>5.537</b>	<b>13.090</b>	<b>12.977</b>	<b>16.183</b>	<b>15.961</b>	<b>67.071</b>
Suzuki Forsa	699	895	1.142	483	0	0	0	3.219
Chevrolet Esteem	172	1.497	7	0	0	0	0	1.676
Corsa 3 P.	11	0	0	0	0	0	0	11
Corsa 4 P.	49	0	0	0	0	0	0	49
Corsa 5 P. 1.8 Hatchback	0	0	624	1.536	888	716	556	4.320
Corsa 5 P. 1.8 Hatchback A/C	0	0	287	839	506	403	310	2.345
Corsa 4 P. 1.8 Sedan	0	0	675	2.396	2.302	1.271	1.214	7.858
Corsa 4 P. 1.8 Sedan A/C	0	0	260	940	934	650	576	3.360
Corsa 4 P. 1.8 Sedan G/L	0	0	635	2.618	2.014	867	864	6.998
Corsa 5 P. 1.4 Hatchback	0	0	503	672	1.653	3.075	3.168	9.071
Corsa 5 P. 1.4 Hatchback A/C	0	0	468	1.032	1.581	2.882	2.544	8.507
Corsa 4 P. 1.4 Sedan	0	0	477	1.233	1.307	3.259	3.057	9.333
Corsa 4 P. 1.4 Sedan A/C	0	0	459	1.341	1.267	2.722	3.456	9.245
Corsa 5 P. 1.8 GLS	0	0	0	0	525	338	216	1.079
<b>CAMIONETAS</b>	<b>2.732</b>	<b>7.530</b>	<b>8.845</b>	<b>6.787</b>	<b>6.725</b>	<b>15.644</b>	<b>20.404</b>	<b>68.667</b>
Luv V 6 D/C 4x4	483	1.380	897	0	750	0	0	3.510
Luv V 6 D/C 4x2	211	744	1.159	570	0	0	0	2.684
Luv V 6 D/C 4x4	0	0	0	815	0	0	0	815
Luv V 6 C/S 4x4	267	719	285	240	180	0	0	1.691
Hec S/C 4x2	0	0	0	1.620	1.650	360	1.532	5.162
Luv Hec D/C 4x2	0	0	0	2.672	2.349	8	0	5.029
Luv 4x2 S/C	990	1.657	2.494	0	0	0	0	5.141
Luv 4x4 C/C	92	742	750	0	0	0	0	1.584
Luv D/C 4x2	600	2.288	3.110	0	413	561	0	6.972
Luv S/C 4x2 Sin cajón	0	0	150	240	0	0	0	390
Luv Diesel S/C 4x2	0	0	0	360	360	0	0	720
Luv Diesel S/C 4x2 Sin cajón	0	0	0	270	0	0	0	270
Luv D-Max Hec 4X2 C/S	89	0	0	0	220	1.934	0	2.243
Luv D-Max Hec 4X2 C/S Chasis	0	0	0	0	13	329	241	583
Luv D-Max Hec 4X2 C/D	0	0	0	0	265	2.910	3.120	6.295
Luv D-Max V6 4X2 C/D	0	0	0	0	54	1.022	1.366	2.442
Luv D-Max V6 4X2 C/D Automática	0	0	0	0	0	240	1.050	1.290
Luv D-Max V6 4X4 C/D	0	0	0	0	85	2.190	2.068	4.343
Luv D-Max V6 4X4 C/S	0	0	0	0	27	347	150	524
Luv D-Max V6 4X4 C/S Automática	0	0	0	0	0	254	2.191	2.445
Luv D-Max V6 4X2 C/S Full	0	0	0	0	0	15	196	211
Luv D-Max V6 4X4 C/S Full	0	0	0	0	0	0	611	611
Luv D-Max Diesel 4X2 C/S	0	0	0	0	86	625	427	1.138
Luv D-Max Diesel 4X2 C/S Chasis	0	0	0	0	58	706	794	1.558
Luv D-Max Diesel 4X2 C/D	0	0	0	0	100	1.772	3.149	5.021
Luv D-Max Diesel 4X4 C/D	0	0	0	0	115	2.371	3.509	5.995
<b>TODO TERRENO</b>	<b>7.775</b>	<b>13.336</b>	<b>8.220</b>	<b>5.301</b>	<b>5.953</b>	<b>6.364</b>	<b>8.999</b>	<b>55.948</b>
Chevrolet Vitara (3p) Básico	435	1.493	2.188	1.177	1.635	1.056	2.063	10.027
Chevrolet G. Vitara (3)	1.200	2.238	965	0	0	0	0	4.403
Chevrolet G. Vitara (3) DLX	0	0	643	384	576	504	504	2.633
Chevrolet G. Vitara (3) DLX A/C	0	0	0	312	696	914	1.601	3.523
Chevrolet G. Vitara (5) DLX A/C	4.571	5.022	2.295	1.080	813	914	1.200	15.895
Chevrolet G. Vitara (5) DLX A/C4X2	0	0	0	455	649	1.415	2.551	5.070
Chevrolet G. Vitara (5) DLX A/C 4X4 FULL	0	0	0	594	715	1.032	561	2.892
Chevrolet G. Vitara (5) DLX AT A/C FULL	0	0	0	675	353	507	529	2.064
Chevrolet G. Vitara (5) P AT DLX AC	517	3.244	1.147	144	96	0	0	5.148
Chevrolet Rodeo 4x2	150	0	0	0	0	0	0	150
Chevrolet Rodeo 4x4	902	1.339	1.002	480	420	0	0	4.143
<b>BUSES</b>	<b>0</b>	<b>618</b>	<b>366</b>	<b>312</b>	<b>136</b>	<b>186</b>	<b>89</b>	<b>1.707</b>
CHEVROLET FTR 32M	0	618	366	312	136	186	89	1.707



# **ANEXO:**

## **3.2.11.1b**

## PRODUCCION NACIONAL POR TIPO VEHICULO Y ENSAMBLADORA

Año	Producción Nacional	Auto-móviles	Camionetas	Todo Terreno	Camiones y buses	Aymesa	Coenansa	Maresa	OmnibusBB
1973	144	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1974	578	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1975	517	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1976	721	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1977	712	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1978	1.087	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1979	1.725	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1980	3.092	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1981	3.853	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1982	4.351	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1983	3.940	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1984	4.657	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1985	5.559	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1986	7.207	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1987	7.864	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1988	12.127	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1989	15.249	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1990	16.824	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND	IND
1991	20.342	12.049	5.350	2.784	159	6.823	144	5.646	7.729
1992	25.785	14.246	8.872	2.634	33	7.377	4.010	6.070	8.328
1993	27.640	13.902	10.661	2.991	86	7.465	3.639	7.600	8.936
1994	33.869	16.411	13.248	4.210	0	9.322	6.468	8.097	9.982
1995	26.210	11.386	11.795	3.029	0	7.485	4.459	6.402	7.864
1996	18.924	8.213	6.164	4.547	0	5.619	1.560	3.571	8.174
1997	24.957	9.976	7.766	7.215	0	7.369	0	4.698	12.890
1998	26.641	7.860	10.699	8.082	0	4.814	0	6.607	15.220
1999	9.764	2.812	4.212	2.740	0	2.186	0	1.999	5.579
2000	13.076	1.236	3.918	7.922	0	147	0	1.491	11.438
2001	28.335	2.735	9.010	15.972	618	2.636	0	1.823	23.876
2002	27.931	5.973	11.259	10.333	366	2.124	0	2.839	22.968
2003	31.201	14.991	9.557	6.341	312	2.309	0	3.402	25.490
2004	31.085	14.405	9.976	6.568	136	1.375	0	3.919	25.791
2005	43.390	16.884	19.956	6.364	186	0	0	5.013	38.377
2006	51.762	16.926	25.748	8.999	89	0	0	6.309	45.453

IND: Información No Disponible



# **ANEXO:**

## **3.2.11.2**

### IMPORTACIONES POR TIPO DE VEHICULO

Año	Producción Nacional	Importación	Porcentaje	Auto-móviles	Camionetas	Todo Terreno	Furgonetas	Camiones y buses
1992	25.785	22.825	88,52%	11.931	3.123	4.323	0	3.448
1993	27.640	24.118	87,26%	16.112	2.887	1.891	51	3.177
1994	33.869	40.046	118,24%	20.954	3.677	3.730	2.843	8.842
1995	26.210	27.246	103,95%	14.694	2.400	3.286	1.310	5.556
1996	18.924	12.031	63,58%	6.456	1.541	2.143	335	1.556
1997	24.957	17.825	71,42%	8.008	2.718	3.753	441	2.905
1998	26.641	29.533	110,86%	12.853	3.359	5.736	971	6.614
1999	9.764	4.394	45,00%	1.355	442	1.009	199	1.389
2000	13.076	8.019	61,33%	4.137	1.277	1.491	85	1.029
2001	28.335	42.394	149,62%	21.213	5.136	5.153	2.491	8.401
2002	27.931	49.093	175,77%		6.078	5.714	2.807	9.091
2003	31.201	30.956	99,21%	14.830	3.779	4.317	2.384	5.646
2004	31.085	38.248	123,04%	19.979	4.289	6.251	1.754	5.975
2005	43.390	55.310	127,47%	31.870	3.138	10.301	2.276	7.725
2006	51.762	57.476	111,04%	30.525	4.379	11.555	1.678	9.339

### IMPORTACIONES POR MARCA - 2006

Marca	Unidades	Porcentaje
Chevrolet	14.399	25,05%
Hyundai	8.611	14,98%
Toyota	5.151	8,96%
Ford	3.763	6,55%
Kia	3.194	5,56%
Hino	2.944	5,12%
Nissan	2.834	4,93%
Renault	2.095	3,64%
Mitsubishi	1.862	3,24%
Volkswagen	1.722	3,00%
Peugeot	1.705	2,97%
Lada	1.690	2,94%
Mazda	1.458	2,54%
Mercedes Benz	810	1,41%
Skoda	808	1,41%
Fiat	777	1,35%
Daihatsu	537	0,93%
Honda	372	0,65%
Sangyong	350	0,61%
Citroen	279	0,49%
BMW	190	0,33%
Otras	1.925	3,35%
<b>TOTAL</b>	<b>57.476</b>	<b>100,00%</b>

### IMPORTACIONES POR PAIS - 2006

Marca	Unidades	Porcentaje
Corea	18.846	32,79%
Colombia	10.945	19,04%
Japón	9.809	17,07%
Brasil	4.393	7,64%
Venezuela	3.566	6,20%
México	1.951	3,39%
EEUU	1.946	3,39%
Argentina	1.139	1,98%
Alemania	1.007	1,75%
Otros	3.874	6,74%
<b>TOTAL</b>	<b>57.476</b>	<b>100,00%</b>



# **ANEXO:**

## **3.2.11.3**

### EXPORTACIONES POR TIPO DE VEHICULO Y ENSAMBLADORA

Año	Producción Nacional	Exportación	Porcentaje	Auto-móviles	Camionetas	Todo Terreno	Camiones y buses	Aymesa	Coenansa	Maresa	OmnibusBB
1992	25.785	856	3,32%	855	0	1	0	276	0	328	252
1993	27.640	6.245	22,59%	4.998	715	532	0	1.506	308	2.387	2.044
1994	33.869	7.275	21,48%	5.384	628	1.263	0	1.656	1.512	1.940	2.167
1995	26.210	6.774	25,85%	4.484	1.399	891	0	2.297	1.961	880	1.636
1996	18.924	5.079	26,84%	2.264	1.020	1.795	0	1.717	855	420	2.087
1997	24.957	7.930	31,77%	4.354	63	3.513	0	3.822	0	12	4.096
1998	26.641	5.181	19,45%	1.968	1	3.212	0	1.585	0	0	3.596
1999	9.764	2.792	28,59%	1.008	58	1.726	0	960	0	24	1.808
2000	13.076	5.012	38,33%	0	250	4.762	0	0	0	0	5.012
2001	28.335	7.493	26,44%	0	423	7.070	0	360	0	0	7.133
2002	27.931	5.077	18,18%		282	2.731	0	144	0	0	4.933
2003	31.201	8.574	27,48%	5.288	708	2.578	0	290	0	0	8.284
2004	31.085	9.308	29,94%	5.551	669	3.088	0	100	0	0	9.208
2005	43.390	13.481	31,07%	4.670	5.690	3.121	0	0	0	0	13.481
2006	51.762	20.283	39,19%	4.170	11.325	4.788	0	0	0	0	20.283



# **ANEXO:**

## **3.2.12.1a**

## RESUMEN DE VENTAS POR TIPO Y MODELO DE VEHICULO

Tipo de vehículo	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>AUTOMOVILES</b>	<b>21.616</b>	<b>29.296</b>	<b>26.305</b>	<b>28.470</b>	<b>41.685</b>	<b>42.709</b>
Sedans	9.175	14.326	14.122	15.142	18.714	16.750
Hatchbacks	11.259	12.421	10.318	11.227	20.043	22.269
Coupes	9	37	44	48	74	97
Station-wagons	381	572	378	234	258	366
Monovolumenes	792	1.940	1.443	1.819	2.596	3.227
<b>CAMIONETAS</b>	<b>12.973</b>	<b>16.102</b>	<b>13.472</b>	<b>14.198</b>	<b>17.734</b>	<b>18.940</b>
Cabina simple	6.537	6.879	5.217	5.716	6.366	5.534
Doble cabina	6.436	9.223	8.255	8.482	11.368	13.406
<b>TODO TERRENO</b>	<b>12.762</b>	<b>12.910</b>	<b>8.634</b>		<b>12.647</b>	<b>15.375</b>
Pequeño	5.454	3.935	1.602	2.118	1.729	1.958
Mediano	7.308	8.975	3.994	4.555	6.488	8.801
Grande			3.038	3.336	4.430	4.616
<b>VANS</b>	<b>1.349</b>	<b>2.664</b>	<b>2.813</b>	<b>2.372</b>	<b>2.054</b>	<b>1.555</b>
Carga	426	1.121	971	787	902	291
Pasajeros	923	1.543	1.842	1.585	1.152	1.264
<b>CAMIONES</b>	<b>3.892</b>	<b>6.803</b>	<b>3.402</b>	<b>3.106</b>	<b>5.005</b>	<b>4.913</b>
Tracto			132	96	253	259
Menor a 6 toneladas			2.707	2.465	3.143	3.581
Mayor a 6 toneladas	3.892	6.803	563	539	1.603	1.070
Uso especial			-	6	6	3
<b>BUSES</b>	<b>1.081</b>	<b>1.596</b>	<b>817</b>	<b>992</b>	<b>1.275</b>	<b>1.003</b>
Buses			668	613	850	633
Chasises	1.081	1.596	149	379	425	370
<b>OTROS</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>TOTAL</b>	<b>53.676</b>	<b>69.372</b>	<b>55.456</b>	<b>49.142</b>	<b>80.410</b>	<b>84.505</b>



# **ANEXO:**

## **3.2.12.1b**

## DETALLE DE VENTAS POR MARCA DE VEHICULO

MARCA	2001	2002	2003	2004	2005	2006
AGRALE	-	-	-	-	10	47
ALFA ROMEO	32	25	21	8	3	1
AUDI	65	110	74	43	40	80
BMW	120	149	89	104	160	157
CHANGAN	-	-	-	-	-	-
CHEVROLET	25.429	30.741	25.685	25.745	37.594	39.855
CHRYSLER	19	13	-	-	-	-
CITROEN	32	40	72	238	313	310
DAEWOO	3.745	2.511	-	-	-	-
DAIHATSU	888	815	-	-	-	-
DODGE	15	8	-	-	-	-
FAW	-	-	-	-	26	-
FIAT	-	20	240	429	877	793
FORD	977	1.467	1.444	2.078	2.650	3.494
FREIGHTLINER	4	19	18	28	29	25
GAZ	-	-	-	-	-	-
GREAT WALL	-	-	-	-	-	-
HINO	-	2.169	-	-	1.217	528
HONDA	186	540	306	313	329	463
HYUNDAI	2.891	5.322	5.139	5.636	9.436	9.514
INTERNATIONAL	15	188	73	73	131	157
JEEP	93	65	-	-	-	-
KENWORTH	11	27	10	10	48	66
KIA	1.666	4.247	3.766	3.137	3.449	3.029
LADA	1.957	743	498	396	478	932
LAND ROVER	87	41	29	32	15	55
MACK	-	-	40	-	28	15
MAZDA	2.554	4.125	3.946	4.384	5.343	7.503
MERCEDES BENZ	405	507	516	833	973	584
MITSUBISHI	1.462	2.157	1.569	1.229	1.234	1.374
NISSAN	1.324	2.471	1.850	2.145	3.070	3.023
PEUGEOT	255	442	580	1.221	1.631	1.440
RENAULT	1.704	1.776	1.411	1.452	1.504	2.029
SKODA	770	943	861	695	690	820
TATA	-	-	-	-	-	-
TOYOTA	3.744	4.039	3.793	4.917	5.713	6.328
VOLKSWAGEN	3.191	3.652	3.395	3.966	3.371	1.840
VOLVO	-	-	31	39	48	43
WESTERN STAR	35	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>53.676</b>	<b>69.372</b>	<b>55.456</b>	<b>59.151</b>	<b>80.410</b>	<b>84.505</b>



# **ANEXO:**

## **3.2.12.1c**

## RESUMEN DE VENTAS POR TIPO DE VEHICULO EN MILES DE USD

Tipo de vehículo	2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	Unidades	Miles USD										
Automóviles	21.616	301.962,55	29.296	412.392,16	26.305	370.059,93	28.470	406.276,00	41.685	584.717,21	42.709	636.000,76
Camionetas	12.973	236.433,56	16.102	285.932,41	13.472	238.479,24	14.198	252.492,33	17.734	338.407,03	18.940	394.247,92
Todo terreno	12.762	308.188,76	12.910	328.139,30	8.634	227.586,08	10.009	261.897,36	12.647	345.798,38	15.375	432.573,28
Vans	1.349	28.222,39	2.664	57.156,70	2.813	53.950,79	2.372	46.519,13	2.054	45.789,77	1.555	36.965,65
Camiones, buses y otros	4.976	159.464,06	8.400	294.438,36	4.232	137.633,49	4.102	138.813,90	6.290	240.751,86	5.926	210.168,97
<b>TOTAL</b>	<b>53.676</b>	<b>1.034.271,32</b>	<b>69.372</b>	<b>1.378.058,93</b>	<b>55.456</b>	<b>1.027.709,53</b>	<b>59.151</b>	<b>1.105.998,72</b>	<b>80.410</b>	<b>1.555.464,25</b>	<b>84.505</b>	<b>1.709.956,58</b>

## PRECIO PROMEDIO DE VENTA POR TIPO DE VEHICULO

Tipo de vehículo	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Automóviles	13.969,40	14.076,74	14.068,05	14.270,32	14.027,04	14.891,49
Camionetas	18.225,05	17.757,57	17.701,84	17.783,65	19.082,36	20.815,99
Todo terreno	24.148,94	25.417,45	26.359,29	26.166,19	27.342,32	28.134,85
Vans	20.920,97	21.455,22	19.179,09	19.611,77	22.292,97	23.772,12
Camiones, buses y otros	32.046,64	35.052,19	32.522,09	33.840,54	38.275,34	35.465,57
<b>Precio promedio</b>	<b>21.862,20</b>	<b>22.751,83</b>	<b>21.966,07</b>	<b>22.334,50</b>	<b>24.204,01</b>	<b>24.616,00</b>

## PORCENTAJE DE VENTAS POR RANGO DE PRECIO

RANGO USD	2003		2004		2005		2006	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
<b>VEHICULOS LIVIANOS</b>		<b>92,35%</b>		<b>93,07%</b>		<b>92,19%</b>		<b>93,00%</b>
MENOR A 10.000	2.502	4,89%	2.022	3,67%	6.134	8,27%	4.761	6,06%
10.001 A 15.000	22.865	44,65%	23.792	43,22%	26.172	35,31%	23.527	29,94%
15.001 A 20.000	13.041	25,46%	14.462	26,27%	21.347	28,80%	24.059	30,61%
20.001 A 25.000	6.877	13,43%	8.112	14,73%	11.467	15,47%	12.311	15,67%
25.001 A 30.000	2.806	5,48%	3.416	6,20%	4.295	5,79%	6.862	8,73%
30.001 A 35.000	1.730	3,38%	1.108	2,01%	1.955	2,64%	2.748	3,50%
35.001 A 40.000	352	0,69%	1.123	2,04%	1.442	1,95%	2.576	3,28%
40.001 A 50.000	643	1,26%	600	1,09%	717	0,97%	844	1,07%
MAS DE 50.001	399	0,78%	418	0,76%	601	0,81%	901	1,15%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>51.215</b>	<b>100,00%</b>	<b>55.053</b>	<b>100,00%</b>	<b>74.130</b>	<b>100,00%</b>	<b>78.589</b>	<b>100,00%</b>
<b>VEHICULOS PESADOS</b>		<b>7,65%</b>		<b>6,93%</b>		<b>7,81%</b>		<b>7,00%</b>
10.000 A 20.000	1.024	24,15%	1.041	25,40%	1.304	20,76%	1.650	27,89%
20.001 A 30.000	1.945	45,86%	1.621	39,56%	2.166	34,49%	2.230	37,69%
30.001 A 40.000	60	1,41%	147	3,59%	425	6,77%	171	2,89%
40.001 A 50.000	921	21,72%	1.007	24,57%	1.084	17,26%	961	16,24%
50.001 A 100.000	169	3,98%	126	3,07%	999	15,91%	638	10,78%
MAS DE 100.001	122	2,88%	156	3,81%	302	4,81%	266	4,50%
<b>SUBTOTAL</b>	<b>4.241</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.098</b>	<b>100,00%</b>	<b>6.280</b>	<b>100,00%</b>	<b>5.916</b>	<b>100,00%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>55.456</b>	<b>100,00%</b>	<b>59.151</b>	<b>100,00%</b>	<b>80.410</b>	<b>100,00%</b>	<b>84.505</b>	<b>100,00%</b>

## PORCENTAJE DE VENTAS POR MONTO DE VENTAS EN MILES DE USD

TIPO DE VEHICULO	2003		2004		2005		2006	
	Miles USD	%						
VEHICULOS LIVIANOS	890.076,04	86,61%	967.184,82	87,45%	1.314.712,39	84,52%	1.499.787,61	87,71%
VEHICULOS PESADOS	137.633,49	13,39%	138.813,90	12,55%	240.751,86	15,48%	210.168,97	12,29%
<b>TOTAL</b>	<b>1.027.709,53</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.105.998,72</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.555.464,25</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.709.956,58</b>	<b>100,00%</b>



# **ANEXO:**

## **3.2.12.2**

## PARTICIPACION DE MERCADO POR MARCA

MARCA	2004	2005	2006
CHEVROLET	42,98%	45,91%	45,50%
HYUNDAI	9,40%	12,01%	10,36%
MAZDA	7,33%	6,52%	8,57%
TOYOTA	8,21%	7,03%	7,17%
FORD	3,48%	3,24%	3,99%
KIA	5,24%	4,21%	3,46%
NISSAN	3,58%	3,73%	3,43%
HINO	1,15%	2,88%	3,31%
RENAULT	2,42%	1,84%	2,32%
VOLKSWAGEN	6,62%	4,12%	2,10%
MITSUBISHI	2,05%	1,47%	2,04%
PEUGEOT	2,04%	1,99%	1,64%
LADA	0,66%	0,20%	1,06%
SKODA	1,13%	0,83%	0,94%
FIAT	0,70%	1,07%	0,90%
MERCEDES BENZ	1,39%	1,19%	0,67%
DAIHATSU	0,18%	0,21%	0,63%
HONDA	0,52%	0,40%	0,53%
CITROEN	0,40%	0,38%	0,35%
NISSAN DIESEL	0,00%	0,04%	0,23%
INTERNATIONAL	0,12%	0,16%	0,18%
BMW	0,17%	0,20%	0,18%
AUDI	0,07%	0,05%	0,09%
KENWORTH	0,02%	0,06%	0,08%
MACK	0,00%	0,11%	0,07%
LAND ROVER	0,00%	0,02%	0,06%
AGRALE	0,00%	0,01%	0,05%
VOLVO	0,07%	0,06%	0,05%
FREIGHTLINER	0,04%	0,04%	0,03%
MAN	0,00%	0,03%	0,02%
ALFA ROMEO	0,02%	0,00%	0,00%
IVECO	0,00%	0,00%	0,00%
PORSCHE	0,00%	0,00%	0,00%
WESTERN STAR	0,00%	0,00%	0,00%
CHRYSLER	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

## **AUTORIZACION DE PUBLICACION**

Autorizo al Instituto de Altos Estudios Nacionales la publicación de esta Tesis, de su bibliografía y anexos, como artículo de revista o como Artículo para lectura seleccionada o fuente de investigación.

Quito, julio de 2007

.....  
FIRMA DEL CURSANTE  
Ing. Annabella Rivera