

120
rej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración

**ALGUNAS CONSECUENCIAS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO
DE AMERICA DEL NORTE EN EL DESEMPEÑO DE LA INDUSTRIA
FABRICANTE DE VEHICULOS DE AUTOTRANSPORTE ENTRE
1993 Y 1996**

**Seminario de Investigación Administrativa
Que para obtener el título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

p r e s e n t a

ROBERTO PABLO VILLALVA ARELLANO



Asesor del Seminario: L.A.E. LUIS FERNANDO RUILOBA PEREZ

México, D. F.

1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA

A mi mamá, por su ejemplo y amor... A mi papá, por su apoyo, y en recuerdo de aquellos camiones y autobuses de madera que con tanto amor hizo... A Fernanda, ¡¡¡para que me supere!!! A Christian, ¡gracias por aguantarme tanto! A Vivi, ¡para que siempre logres todo lo que anhelas! A Toño y a Kika, por una larga amistad... ¡Salud! A mis padrinos, a Sandra, A Gaby y a Manolo, por aquellos bellos veranos en Tampico. A mi tía Martha, por su entusiasmo por la vida. A mi tía Meli, a Carmen, a Ana Laura y a Jorgito, porque aunque estemos lejos, siempre están cerca de mi corazón. A la memoria de mi tío Jorge. A la Sra. Julia, por su empeño y dedicación de toda la vida. A las autoridades de la Facultad y la DGIA, por su constante apoyo en México y en Canadá. A mis maestros de la Facultad, ¡gracias por todas sus enseñanzas profesionales y humanas! A mis compañeros(as) y amigos(as) de la Facultad, ¡gracias por enseñarme tanto! A Ale, ¡por estar siempre conmigo! A mis compañeras de intercambio, ¡gracias por su apoyo y compañía! Au Dr. Marcel Samson et ses collaborateurs(rices), pour son appui et accueil à l'UQAM. A mes professeurs de l'UQAM, j'ai beaucoup appris de vous! A mes amis(es) de l'UQAM, ¡pour tous les bons moments et les nouvelles expériences! Aux Sœurs de la Providence, pour leurs finesses et leur foi en moi. A todos los que no he mencionado, ¡porque también me acuerdo de ustedes! À tous ceux que je n'ai pas mentionné, parce que je me souviens bien de vous!

Índice

Resumen (Español)	11
Resume (Inglés)	12
Résumé (Francés)	13

Capítulo I.

Motivo, objetivo y estructura de la investigación

1.1.	Introducción	14
1.2.	Motivo de la investigación	14
1.3.	Objetivo de la investigación	15
1.4.	Estructura de la investigación	16
1.5.	Fuentes de información	18
1.5.1.	Fuentes de documentación impresa o de medios electrónicos	18
1.5.2.	Entrevistas y conferencias	19

Capítulo II.

Antecedentes, objetivos y disposiciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte

2.1.	Introducción	21
2.2.	La dinámica internacional de la industria automotriz y su impacto en México	22
2.3.	El contexto de las negociaciones trilaterales	28
2.3.1.	Teoría sobre integración económica	28
2.3.2.	Los intereses de las negociaciones	28
2.3.2.1.	Intereses del gobierno de México	30
2.3.2.2.	Intereses de los productores de vehículos de autotransporte	31
2.4.	Aspectos específicos del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte	31

2.4.1.	Antecedentes	32
2.4.1.1.	El Decreto del Autotransporte	32
2.4.2.	El Anexo 300 - A del TLCAN: Comercio e Inversión en el Sector Automotriz	34
2.4.2.1.	Disposiciones del TLCAN con respecto al Decreto del Autotransporte	34
2.4.2.2.	Importación de vehículos de autotransporte	34
2.4.2.3.	Vehículos usados	35
2.4.2.4.	Reglas de Origen	39
2.4.2.5.	Períodos de desgravación	42
2.4.2.6.	Eliminación de las restricciones a la inversión extranjera	45
2.4.2.6.1.	Antecedentes	46
2.4.2.6.1.1.	La Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera de 1973	46
2.4.2.6.1.2.	El Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera de 1989	47
2.4.2.6.1.3.	La Ley de Inversión Extranjera de 1993	51
2.4.3.	Barreras no arancelarias	54
2.4.3.1.	Normas en materia ambiental	55
2.4.3.1.1.	Las Normas Oficiales Mexicanas para emisiones contaminantes, ruido y opacidad de humo	55
2.4.3.1.2.	Comparativo de las normas de emisiones contaminantes entre México y Estados Unidos ..	57
2.4.3.1.2.1.	Norma Oficial Mexicana de emisiones contaminantes	57
2.4.3.1.2.2.	Emisiones contaminantes en Estados Unidos de América	59
2.4.3.2.	Pesos y dimensiones	60
2.4.3.2.1.	Comparativo de las normas sobre peso y dimensiones en México, Estados Unidos y Canadá	62
2.4.3.2.1.1.	Pesos y dimensiones en México	62
2.4.3.2.1.2.	Límites máximos de dimensiones en Estados Unidos de América	63
2.4.3.2.1.3.	Límites máximos de dimensiones en Canadá	64
2.5.	Transporte terrestre	65

2.5.1.	Servicio de camiones y autobuses entre México y Estados Unidos bajo el TLCAN	65
2.5.1.1.	Anexo I -- Estados Unidos	66
2.5.1.2.	Anexo I -- México	67

Capítulo III.

La industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México: descripción y desempeño

3.1.	Introducción	70
3.2.	Descripción de la industria	71
3.2.1.	Clasificación de los vehículos de autotransporte	71
3.2.1.1.	Por clases	72
3.2.1.2.	Según el TLCAN	72
3.2.1.3.	Por segmentos	75
3.2.2.	Importancia de los vehículos de autotransporte	75
3.2.3.	Las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte	77
3.2.3.1.	Definiciones	77
3.2.3.1.1.	Definiciones anteriores al TLCAN	78
3.2.3.1.2.	Definición del TLCAN	81
3.2.3.2.	Principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México	85
3.2.3.2.1.	Consorcio "G" Grupo Dina, S.A. de C.V.	87
3.2.3.2.2.	Kenworth Mexicana, S.A. de C.V.	92
3.2.3.2.3.	Mercedes-Benz México, S.A. de C.V.	97
3.2.3.2.4.	Mexicana de Autobuses, S.A. de C.V.	98
3.2.3.2.5.	Navistar International Corporation de México, S.A. de C.V.	101
3.2.3.2.6.	Omnibuses Integrales, S.A. de C.V.	104
3.2.3.2.7.	Chasises y Autopartes Oshmex, S.A. de C.V.	104
3.2.3.2.8.	Scania de México, S.A. de C.V.	107
3.2.3.2.9.	Thomas Built Buses	110
3.2.3.2.10.	Trailers de Monterrey, S.A.	112
3.2.3.2.11.	Victor Patrón, S.A. de C.V.	114
3.2.3.2.12.	Volvo Trucks de México, S.A. de C.V.	116

3.2.4.	Capacidad de producción de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México	120
3.2.5.	La Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT)	121
3.3.	Desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996 ..	123
3.3.1.	Aspectos generales de la economía mexicana	125
3.3.2.	Inversión Extranjera Directa en la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996	126
3.3.3.	Las ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte: las exportaciones, el mercado nacional y la balanza comercial	132
3.3.3.1.	Comportamiento del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte	135
3.3.3.2.	Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al gran total de ventas	137
3.3.3.3.	Participación de mercado de las empresas con respecto al gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte	140
3.3.3.4.	Las ventas en el mercado de exportación de vehículos de autotransporte	141
3.3.3.4.1.	Comportamiento de las ventas en el mercado de exportación	142
3.3.3.4.2.	Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas en el mercado de exportación	145
3.3.3.4.3.	Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado de exportación	150
3.3.3.4.4.	Las exportaciones hacia Estados Unidos	155
3.3.3.5.	Las ventas en el mercado nacional de vehículos de autotransporte	160
3.3.3.5.1.	Comportamiento de las ventas en el mercado nacional	160

3.3.3.5.2.	Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas en el mercado nacional	165
3.3.3.5.3.	Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado nacional	169
3.3.3.5.4.	Las ventas de producción nacional de vehículos de autotransporte	172
3.3.3.5.4.1.	Comportamiento de las ventas de producción nacional con respecto al total de ventas en el mercado nacional	173
3.3.3.5.4.2.	Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas de producción nacional	175
3.3.3.5.4.3.	Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de producción nacional	178
3.3.3.5.5.	Las ventas de importación de vehículos de autotransporte	179
3.3.3.5.5.1.	Comportamiento de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional	180
3.3.3.5.5.2.	Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas de importación	182
3.3.3.5.5.3.	Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de importación del mercado nacional	188
3.3.3.6.	Balanza comercial de la industria fabricante de vehículos de autotransporte	192
3.3.3.6.1.	Comportamiento del saldo total de la balanza comercial	192
3.3.3.6.2.	Comportamiento de los saldos de la balanza comercial por segmentos de mercado	198
3.3.3.6.3.	Saldo de la balanza comercial de las empresas fabricantes	201
3.3.4.	Niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996	205
3.3.4.1.	Comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en la industria	207
3.3.4.2.	Comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en las empresas fabricantes	216
3.4.	Perspectivas a futuro de la industria fabricante de vehículos de autotransporte	232

3.4.1.	Pronóstico de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte para el periodo de 1997 a 2001	233
3.4.2.	Características del ambiente de negocios en México entre 1997 y 2001	237
3.4.3.	Programas de renovación de la flota vehicular	240
3.4.3.1.	Programa de modernización del transporte urbano de la Zona Metropolitana	241
3.4.3.2.	Programa de Sustitución de unidades obsoletas en el servicio de pasaje y turismo	243
3.4.3.3.	Programa de renovación de la flota de Servicio Público Federal de Carga	244

Capítulo IV.
Caso de estudio:
Mercedes-Benz México, S.A. de C.V.

4.1.	Introducción	245
4.2.	Misión y valores corporativos de Mercedes-Benz México	246
4.3.	Antecedentes históricos de Mercedes-Benz México	247
4.3.1.	Daimler-Benz AG y Daimler-Benz North America Corporation	247
4.3.2.	El origen y desarrollo de Mercedes-Benz México	255
4.4.	La posición de Mercedes-Benz México en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México	258
4.4.1.	Las ventas de Mercedes-Benz México: las exportaciones y el mercado nacional	258
4.4.2.	Participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmento entre 1993 y 1996	261
4.4.2.1.	Camiones clase 6, 7 y 8	261
4.4.2.2.	Chasis para pasaje clase 5, 6, 7 y 8	263
4.4.2.3.	Segmento de vehículos para la construcción	265

4.4.2.4.	Tractocamiones quinta rueda	268
4.4.2.5.	Autobuses integrales	270
4.4.3.	Pronóstico de ventas de Mercedes-Benz México para 1997	272
4.5.	Relación con Freightliner Corporation	274
4.5.1.	Freightliner Corporation	276
4.5.1.1.	Antecedentes históricos de Freightliner Corporation	277
4.5.1.2.	La posición de Freightliner en la industria estadounidense de vehículos de autotransporte ..	279
4.5.1.2.1.	Participación en el mercado estadounidense	279
4.5.1.2.2.	Exportación	279
4.5.1.3.	Desarrollos Recientes	279
4.5.1.3.1.	Nuevas divisiones	279
4.5.1.3.2.	Century Class	280
4.5.1.3.3.	Software y asistencia especializada	280
4.5.1.4.	Dirección de Freightliner Corporation	282
4.6.	Direcciones de Daimler-Benz México y sus principales subsidiarias	283

Capítulo V. Conclusiones

5.	Conclusiones	285
	Glosario de abreviaturas	289
	Bibliografía	290

Resumen

El presente estudio tiene por objeto evaluar si el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México (IFVA) correspondió en el periodo de 1993 a 1996 a los objetivos que se fijaron para esta industria en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). En consecuencia, el desarrollo de la investigación se inicia con un capítulo que analiza los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la IFVA. Posteriormente, se evalúa el desempeño de la IFVA respecto al comportamiento de la inversión extranjera, las ventas de exportación y de importación y el nivel de empleo. A fin de complementar la evaluación del desempeño de la IFVA, se incluye también un caso de estudio sobre una empresa representativa de la industria, para lo cual se seleccionó a Mercedes-Benz México. Por último, el desarrollo del presente estudio finaliza con la presentación de las conclusiones.

El presente estudio (i) muestra el efecto nocivo de la crisis económica mexicana de diciembre de 1994 en las ventas, el empleo y la eficiencia de la IFVA; (ii) establece que para la IFVA, el éxito del TLCAN requiere de estrategias y políticas económicas que estimulen el mercado nacional de vehículos de autotransporte y que eviten crisis económicas como la de diciembre de 1994; (iii) demuestra que aunque los mecanismos establecidos en el TLCAN funcionaron de manera correcta y facilitaron las exportaciones de la IFVA hacia Estados Unidos en 1995 y 1996, la mayor parte de las empresas de la IFVA no tienen una estrategia permanente de exportación a ese país ya que su principal mercado es el mercado nacional; (iv) muestra que, a pesar del TLCAN, no existen exportaciones de vehículos de autotransporte realizadas directamente de México a Canadá entre 1993 y 1996; (v) comprueba que la eliminación de las restricciones a la inversión extranjera en México permitió que los mayores fabricantes de vehículos de autotransporte a nivel mundial se instalaran en México, aunque el aumento de la competencia significó el cierre de varias empresas mexicanas y la disminución de la participación de mercado de las empresas mexicanas que aún compiten en el mercado; (vi) muestra que las principales empresas de la IFVA tienen estrategias cuyo objetivo es que la misma tecnología, productos y servicios estén disponibles uniformemente en cada uno de los países miembros del TLCAN.

Resume

This work aims to evaluate if the performance of the heavy trucks manufacturing industry in Mexico (HTMI) from 1993 to 1996 matched the objectives and regulations that the North American Free Trade Agreement (NAFTA) established for this industry. Consequently, the paper begins with the description of the global situation of the HTMI before NAFTA and the NAFTA's objectives and regulations related to the HTMI. The paper continues with the evaluation of the HTMI's performance, which considers the effects of foreign investment, the export and import sales and the employment level. In order to complement the evaluation of the HTMI's performance, a case of study about a representative company of the HTMI is also presented. Mercedes-Benz México was the company selected for this part of the study. Finally, the paper ends with the presentation of the conclusions.

This work (i) shows the destructive effect of the December '94 Mexican economic crisis on the sales, employment and efficiency of the HTMI; (ii) allows to see that the success of NAFTA in the HTMI requires of economic strategies and policies that foster the development of the heavy trucks market in Mexico and avoid economic crisis like the one of December '94; (iii) demonstrates that in spite of the fact that the NAFTA's export procedures worked correctly and facilitated the HTMI's exports to the United States in 1995 and 1996, most of the HTMI's companies are not oriented to exportation neither to the U.S. nor to any other country because they consider the Mexican domestic market as their main market; (iv) shows that, despite of NAFTA provisions, there were no exportations of heavy trucks directly from Mexico to Canada between 1993 and 1996; (v) proves that the elimination of foreign investment restrictions in the HTMI allowed the world's most important heavy trucks manufacturers to establish in Mexico, although the higher competitiveness made many Mexican heavy trucks manufacturers close and reduced the market share of the Mexican companies which are still competing in the market; (vi) allows to see that the most important companies of the HTMI have implemented strategies which main goal is that the same technology, products and services can be available consistently across the NAFTA region.

Résumé

Le but de cette étude est d'évaluer si la performance de l'industrie fabricante de véhicules poids lourd établie au Mexique (IFVPL) a permis d'atteindre entre 1993 et 1996 les objectifs qu'ont été fixés pour cette industrie dans le cadre de l'Accord de Libre-Échange Nord-Américain (ALÉNA). Pour ce faire, on analyse d'abord les antécédents, objectifs et réglementations de l'ALÉNA qui font référence à l'IFVPL. En suite, on évalue la performance de l'IFVPL par rapport aux investissements étrangers, aux ventes d'exportation et d'importation et au niveau d'emploi. Dans le but de compléter l'évaluation de la performance de l'IFVPL, on présente aussi une étude de cas portant sur l'analyse d'une entreprise représentative de l'IFVPL. Mercedes-Benz du Mexique est l'entreprise qui a été choisie pour cette partie du travail. Finalement, le dernier élément de l'étude est la présentation des conclusions.

Cette étude (i) montre l'effet négatif de la crise économique mexicaine de décembre 1994 sur les ventes, l'emploi et l'efficacité de l'IFVPL; (ii) établit que le succès de l'ALÉNA demande des stratégies et des politiques économiques qui entraînent le développement du marché mexicain de véhicules poids lourd et qui évitent des crises économiques comme celle de décembre 1994; (iii) démontre que si bien que les procédures d'exportation de l'ALÉNA aient fonctionné correctement et que ces procédures aient facilité les ventes d'exportation de l'IFVPL aux États-Unis, la plupart des entreprises de l'IFVPL ne mènent pas une stratégie permanente d'exportation aux États-Unis car elles considèrent que le marché intérieur du Mexique est leur marché principal; (iv) montre qu'au-delà des intentions de l'ALÉNA, il n'a pas eu aucune exportation de véhicules poids lourd du Mexique au Canada entre 1993 et 1996; (v) prouve que l'enlèvement des restrictions à l'investissement étranger au Mexique a permis aux principaux producteurs mondiaux de véhicules poids lourd de s'établir au pays. Cependant, cela a entraîné une concurrence très serrée qui a provoqué la sortie du marché de quelques marques mexicaines et la diminution de la part du marché des entreprises mexicaines dont les ventes continuent; (vi) établit que les principales entreprises de la IFVPL adoptent des stratégies dont le but est d'offrir constamment la même technologie, produits et services dans tous les pays membres de l'ALÉNA.

Capítulo I.

Motivo, objetivo y estructura de la investigación

1.1. Introducción

En el presente capítulo se describen los factores que motivaron la realización de la investigación. Posteriormente, se establece el objetivo de la investigación a través de su definición y explicación. A continuación, se definen las partes que integran la estructura de la investigación. Finalmente, se hace una breve mención de las fuentes consultadas para la realización de este trabajo.

1.2. Motivo de la investigación

Al cumplirse los primeros tres años de vigencia del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), se han hecho frecuentes en los distintos medios de comunicación diversos comentarios acerca de las repercusiones económicas, políticas y sociales que el Tratado ha tenido en México. De manera específica, los comentarios hacen énfasis en la necesidad de realizar una evaluación global de los resultados del TLCAN y también se exponen argumentos a favor y en contra de una posible renegociación de ciertos aspectos.

Con respecto a la evaluación global del TLCAN, se ha hecho notar la idea de que no se puede calificar al Tratado de manera global, sino que la evaluación debe de realizarse en la misma forma en que el Tratado fue negociado, es decir, sector por sector de la economía. Por ello, la presente investigación tiene por objeto evaluar el desempeño reciente de un sector específico de la economía respecto a los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN. Para este fin, el sector que se eligió fue el de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México.

1.3. Objetivo de la investigación

La presente investigación tiene como objetivo principal:

Evaluar, en el periodo comprendido entre 1993 y 1996, el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México respecto a los antecedentes, objetivos, y disposiciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte referentes a:

- i. la inversión extranjera en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México,
- ii. la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y
- iii. los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México

Como se puede observar, el objetivo de la investigación se integra por dos elementos. Primero, se establece que el objetivo principal es evaluar el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México, y se especifica que se analiza el desempeño de la industria en el periodo de 1993 a 1996. Finalmente, se señala que el desempeño de la industria se evalúa con respecto a los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a tres aspectos: inversión extranjera, exportaciones e importaciones, y niveles de empleo. Evidentemente, de entre todos los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a los tres aspectos mencionados, sólo se analizan aquellos relacionados con la industria fabricante de vehículos de autotransporte.

1.4. Estructura de la investigación

A fin de alcanzar el objetivo de la investigación, el presente estudio se ha dividido en cuatro secciones:

- a) Antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte,
- b) Desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte,
- c) Caso de estudio, y
- d) Conclusiones

Cada una de las secciones anteriormente mencionadas tiene por objeto aportar los elementos más convenientes para lograr el objetivo propuesto, por lo que cada sección integrará un capítulo de la investigación. En los dos primeros capítulos se analiza sistemáticamente (i) la inversión extranjera en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México, (ii) la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y (iii) los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. Estos últimos tres aspectos son analizados en los dos primeros capítulos de la investigación porque a través de ellos es posible establecer una relación entre los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN, y el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Esta relación consiste en que, si los tres aspectos antes mencionados tuvieron una gran importancia en los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México, entonces el análisis del comportamiento de esos aspectos constituye un parámetro adecuado para evaluar el desempeño de la industria después de la entrada en vigor del TLCAN. En otras palabras, se analiza el desempeño reciente de la industria en base a las previsiones que se establecieron para ella en el TLCAN.

En consecuencia, el desarrollo de la investigación se inicia con un capítulo sobre los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte

porque no sería posible evaluar el desempeño de la industria respecto a los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN, sin antes conocer cuáles son estos antecedentes, objetivos y disposiciones. Como se ha mencionado, en el capítulo sobre los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte, se estudian los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la inversión extranjera en la industria, la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y los niveles de empleo de la industria.

Una vez que se conocen los objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte, entonces se analiza el desempeño de la industria. Para ello, el capítulo sobre el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte considera como parámetros de evaluación del desempeño de la industria, el comportamiento de la inversión extranjera, la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y los niveles de empleo de la industria.

A continuación, a fin de complementar la evaluación del desempeño de la industria, se incluye un caso de estudio. El caso de estudio tiene por objeto profundizar en el estudio de una empresa representativa de la industria fabricante de vehículos de autotransporte para que a través de la descripción y el análisis del contexto particular de esta empresa, se logre una mejor comprensión del desempeño de la industria. La empresa que se seleccionó para lograr este objetivo es Mercedes-Benz México, ya que su trayectoria e importancia dentro de la industria la convierten en una empresa representativa de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. Cabe mencionar que el capítulo sobre el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte incluye diferentes secciones dedicadas al análisis del desempeño de las empresas de la industria, por lo que la visión que se ofrece en este trabajo sobre las empresas que integran la industria fabricante de vehículos de autotransporte es bastante amplia y en ningún momento se limita al caso de estudio.

Por último, el desarrollo del presente estudio finaliza con la presentación de las conclusiones. Las conclusiones tienen por objeto enunciar de manera sintética las principales características del

desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte respecto a los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes al comportamiento de la inversión extranjera, las exportaciones e importaciones, y los niveles de empleo de la industria. En virtud de la forma en que se plantea la presente investigación, las principales características del desempeño de la industria deben interpretarse como las principales consecuencias del TLCAN en el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte.

1.5. Fuentes de información

La información utilizada en la presente investigación proviene principalmente de tres fuentes: documentación impresa, información obtenida a través de medios electrónicos (Internet) e, información recopilada a través de entrevistas y conferencias de ejecutivos y funcionarios de diversas entidades relacionadas con el sector de vehículos de autotransporte.

1.5.1. Fuentes de documentación impresa o de medios electrónicos

En cuanto a las obras impresas, se consultaron principalmente diversos boletines mensuales de las diversas asociaciones nacionales relacionadas con la industria fabricante de vehículos de autotransporte como la Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT), la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), y la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (CANACAR).

También se consultaron diversas publicaciones de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), así como algunos reportes sectoriales de Banamex, Bancomer y Banca Serfin, y otras obras de referencia tales como diversos ejemplares del periódico "El Financiero" y otros ensayos, libros y revistas relacionados con el tema y publicados por diversas entidades, entre las que destacan El Colegio

de México, el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

La información proveniente de fuentes internacionales se obtuvo principalmente a través de la red pública de información de Internet, a excepción de algunos datos provenientes de las publicaciones de The Economist Intelligence Unit y de los reportes anuales de resultados proporcionados por Daimler-Benz AG de Alemania y Mercedes-Benz México.

En todos los casos, las referencias precisas acerca de las fuentes de información consultadas se detallan mediante pies de página y también a través de la bibliografía que se incluye al final del trabajo.

1.5.2. Entrevistas y conferencias

Durante la investigación se tuvo la oportunidad de realizar diversas entrevistas con personas relacionadas con el sector de vehículos de autotransporte entre las que se encuentran, por orden alfabético:

- Ma. Isabel Alonso
Asesor de Ventas de
Exportación
Mercedes-Benz México
- Lic. Adolfo Hegewisch Riba
Director de Exportaciones
Consorcio "G" Grupo Dina
- José Antonio Durán
Reportero
Periódico "El Financiero"
- Lic. Gustavo Saavedra
Ordorica
Director General de Industrias
Secretaría de Comercio y
Fomento Industrial (SECOFI)
- Lic. Irla Espinosa López
Directora de Estudios
Económicos
Asociación Nacional de
Productores de Autobuses,
Camiones y Tractocamiones
(ANPACT)
- Jacqueline Schoch
Jefe de Prensa
Mercedes-Benz México

- **Lic. Fabiola Fernández**
Gerente de Publicidad y
Mercadotecnia
Volvo Trucks de México

La colaboración y el apoyo de las personas aquí mencionadas fue de una enorme importancia para la realización de este trabajo. De igual forma, las opiniones escuchadas en las siguientes dos conferencias también fueron muy valiosas para la presente investigación:

- La globalización de la industria automotriz: retos y oportunidades para México. Organizada por Comisión del 60° aniversario de Bancomext. Celebrada en el Hotel Intercontinental, México, D.F., el 4 de junio de 1997.
- Seminario sobre el Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Coordinado por Yves Rabeau. Universidad de Quebec en Montreal (UQAM), Canadá. Sesión de invierno de 1996.

Capítulo II.

Antecedentes, objetivos y disposiciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte

2.1. Introducción

El objetivo principal de este capítulo es el de conocer los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Por ello, este capítulo se inicia con una descripción de la situación internacional de la industria automotriz en Norteamérica antes de la firma del TLCAN. A través de esta descripción será posible observar que las políticas estatales regularizadoras y las estrategias corporativas de producción establecieron los intereses que estaban en juego en la negociación del Tratado tanto por parte de los gobiernos de los países miembros como por parte de los fabricantes de la industria automotriz. Posteriormente se observará que el proceso de negociación transformó a los intereses en los objetivos y disposiciones del Tratado referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte. A continuación, se verá que estas disposiciones incluyen, por una parte, los aspectos referentes a la inversión extranjera en la industria fabricante de vehículos de autotransporte y a la exportación e importación de vehículos de autotransporte; y por otra, diversas normas en materia ambiental y de seguridad. Finalmente, se analizan las disposiciones del TLCAN respecto al transporte terrestre de carga y de pasaje ya que la industria fabricante de vehículos de autotransporte en México, también se verá afectada por el calendario de liberalización del servicio de camiones y autobuses entre México y Estados Unidos bajo el TLCAN.

Se recomienda que el lector que no esté familiarizado con el significado de términos como industria terminal, fabricantes de vehículos de autotransporte y segmentos del mercado de vehículos de autotransporte, lea inicialmente las definiciones y explicaciones que se ofrecen en la sección 3.2. del siguiente capítulo sobre cada uno de estos términos. De esta manera, se logrará una mejor comprensión de los diferentes aspectos que a continuación se analizarán.

2.2. La dinámica internacional de la industria automotriz y su impacto en México

El objetivo principal de esta parte del capítulo es definir las principales tendencias de la industria automotriz a nivel mundial antes de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) a través de una explicación de sus principales características. Así pues, se hablará de la importancia económica de la industria automotriz para después considerar las políticas estatales y las estrategias corporativas que han llevado a la regionalización de la industria. En este contexto, se hará un breve análisis del papel que desempeña la industria automotriz mexicana al interior de la región de América del Norte y, finalmente, se describirán los cambios que implicaba una mayor integración de la industria automotriz mexicana con Estados Unidos y Canadá. Para el desarrollo de este primer punto se ha supuesto que, a pesar de las diferencias entre la industria la industria fabricante de vehículos de autotransporte y la industria fabricante de vehículos automotores, ambas comparten la mayor parte de las tendencias globales de integración dentro de América del Norte.¹

La industria automotriz es de una enorme importancia para las economías de Canadá, Estados Unidos y México, entre otras razones, porque en cada uno de estos tres países la industria contribuye de manera importante al PIB nacional y, además, porque proporciona

¹ La información de esta sección proviene de las siguientes fuentes:

- EDEN, Lorraine, MOLOT, Maurcen Appel "Continentalizing the North American Auto Industry", The Political Economy of North American Free Trade, USA, 1994, p 297-313
- WOMACK, James P. "Integración del Sector Automotriz en América del Norte: Logos y Consecuencias", México ante el Libre Comercio con América del Norte, México, El Colegio de México y Universidad Tecnológica de México, 1a ed. 1991
- LOYOLA A., J. Antonio, SCETTINO Y., Macario Estrategia Empresarial en una Economía Global, Grupo Editorial Iberoamericana e IIMEF, México, 1994, 258 p.
- ZAMBRANO, Enrique "Oportunidades de exportación de la industria automotriz mexicana", México ante el Libre Comercio con América del Norte, México, Editado por El Colegio de México y la Universidad Tecnológica de México, 1a ed. 1991.
- LELO DE LARREA, Elizabeth, STRAUSS, Pola, SÁNCHEZ, Sergio México en el mercado automotriz norteamericano México y el Tratado Trilateral de Libre Comercio. Impacto Sectorial, México, ITAM y McGraw-Hill, 1992

empleo directamente a un número bastante significativo de personas y, a través de sus lazos con proveedores y distribuidores, emplea indirectamente a otro importante sector de la población.

En el caso de México la industria automotriz contribuyó en 1995 con el 1.4 por ciento del PIB nacional y el 6.2 por ciento del PIB manufacturero. Además, empleó a cerca de 41 mil trabajadores directos y alrededor de 316 mil indirectos distribuidos en la industria de autopartes (198 mil), el comercio al mayoreo de autos y refacciones (16 mil), el comercio al menudeo de refacciones nuevas y usadas (55 mil), y el comercio al menudeo de autos nuevos y usados (47 mil).

La importancia de esta industria radica en que contribuye con el 16.0 por ciento de las exportaciones totales, por lo que es el sector manufacturero más importante ²

Adicionalmente, la industria automotriz es considerada como uno de los motores más importantes de la economía ya que su desempeño tiene un profundo efecto de arrastre sobre otros sectores industriales como: siderurgia, plásticos, hule, vidrio, textiles, pinturas, aceites industriales y productos petroquímicos. En consecuencia, es posible afirmar que la viabilidad económica de la industria automotriz tiene un impacto directo en el buen funcionamiento de las economías de cada uno de los países miembros del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Conviene recordar que incluso antes de la negociación del TLCAN, las economías de México y Estados Unidos ya estaban asociadas de una manera muy importante, y la industria automotriz siempre fue una parte esencial de esa relación. Debido pues a su trascendencia económica e histórica, la industria automotriz ha llamado la atención de los gobiernos de Canadá, Estados Unidos y México durante las

² GRUPO FINANCIERO SERFIN (GFS). *Anuario Sectorial 1996*, Dirección Ejecutiva de Análisis Económico y Bursátil, GFS, México, diciembre de 1995

últimas tres décadas. Sin embargo, mientras que en los años 60's había tres industrias automotrices independientes en Norteamérica, a principios de los 90's la industria ya se dirigía hacia una integración continental, la cual está motivada entre otros aspectos, por el cambio de percepción del gobierno mexicano con respecto a las inversiones extranjeras y el comercio exterior.

En efecto, como lo señalan Eden y Molot, el proceso de regionalización de la producción automotriz en América del Norte se explica gracias a la interrelación entre las políticas estatales de regulación y las estrategias corporativas de producción, que generalmente siguen tendencias mundiales.

Las políticas estatales de regulación en los tres países han facilitado la integración, la cual se aceleró aún más en el momento en el que el gobierno mexicano tomó la decisión de abrir su economía a mediados de los 80's. El "Auto Pact" entre Canadá y Estados Unidos de 1965, el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos de 1989, y los Decretos Automotrices de México en 1962, 1972, 1977 y 1989, así como el Decreto mexicano del Autotransporte de 1989, son las principales políticas estatales de regulación que han afectado las decisiones de producción y de localización de los centros de ensamble en la industria automotriz de América del Norte. Debido a esto, el TLCAN está destinado a afianzar la integración continental de la industria.

Las estrategias corporativas de producción, derivadas del cambio tecnológico y del deseo de las firmas estadounidenses de recuperar parte de la competitividad perdida frente a sus rivales japoneses, también propician la integración regional. Las decisiones más recientes para el establecimiento de centros de producción hechas tanto por los ensambladores de vehículos automotores como por las firmas dedicadas a la producción de autopartes han estado marcadas por consideraciones de competitividad dentro de una industria globalizada y por la introducción de sistemas de *producción esbelta*.³

³ Del inglés *lean production*, término introducido por J. Krafcik en *The Triumph of the Lean Production System*, y desarrollado ampliamente en Womack, Jones and Ross, *The Machine that Changed the World*, Rawson Associates, Nueva York, 1990.

Dicho sistema se basa, por una parte, en el uso de tecnologías de la información (diseño y manufactura asistidas por computadora -CAD y CAM, respectivamente-, robótica, hardware de telecomunicación y software) y por otra parte, en el empleo de sistemas de manufactura justo-a-tiempo (abastecimiento de componentes sin un sólo defecto de calidad y entregados por los proveedores casi antes de ser ensamblados, evitando así la formación de inventarios).

El concepto de *producción esbelta* choca con el concepto de *producción en masa* puesto que demuestra que los salarios bajos, característicos de la *producción en masa*, nunca pueden compensar la excelente calidad generada por la *producción esbelta*. Sobre todo porque la posición del bajo costo puede ser muy débil cuando se basa únicamente en los tipos de cambio de la moneda (en vez de en las ventajas fundamentales de la productividad) y las inversiones no se pueden controlar completamente.

Por otra parte, la *producción esbelta* ha generado una mayor variedad de productos y la fragmentación del mercado, una mayor capacitación y especialización de los trabajadores, una competencia con base en la calidad más que en el precio y los costos, una reducción de inventarios y una relación más estrecha con los proveedores. Adicionalmente, esta estrategia en la organización de la producción ha llevado a una regionalización en el abastecimiento y en la producción de la industria, es decir, que los proveedores que abastecen a las plantas de ensamble tienden a localizarse cerca de ellas, las cuales a su vez, se ubican cerca de sus principales mercados. Esto ha conducido a la formación de tres importantes regiones productoras y/o consumidoras: Europa, Asia Pacífico y América del Norte.

Sin embargo, la regionalización evidentemente no es una consecuencia exclusiva y directa de los sistemas de *producción esbelta*. La regionalización también es un resultado de la afinidad comercial y cultural entre los países miembros de cada uno de los bloques comerciales. Dado que los procesos de integración económica pretenden lograr mayores flujos de bienes, servicios y factores de la producción entre los países miembros de un bloque económico, éstos son lógicamente más fáciles de llevar a cabo entre países culturalmente afines y cercanos desde el punto de vista geográfico.

Otra de las características de la regionalización es que los países miembros de una misma región reducen las barreras arancelarias entre sí, pero mantienen sus niveles de protección contra los países no miembros, lo que trajo por consecuencia que las compañías automotrices de Estados Unidos miraran hacia México al darse cuenta que el crecimiento económico mediante la exportación de sus productos a las regiones de Europa y Asia Pacífico no será probablemente factible en el próximo siglo ya que los bloques comerciales se concentran cada vez más en el crecimiento regional y en el comercio intraregional. En este contexto, surge la necesidad de aclarar qué significa la regionalización para la industria automotriz mexicana, así como el papel que le corresponde desempeñar al interior del bloque de América del Norte.

Como se ha visto, la pérdida de competitividad de Estados Unidos en los mercados asiáticos y europeos requería encontrar una manera de asegurar una demanda de vehículos estadounidenses y, por otra parte, controlar las inversiones mediante participaciones mayoritarias. Por lo tanto, la importancia de México al interior del bloque de América del Norte radicaría entonces en la *demanda potencial* de autos y camiones que podría surgir en el país y en la posibilidad de que los inversionistas extranjeros pudieran controlar totalmente sus inversiones en el país.

Con respecto a la *demanda potencial* de autos y camiones que podría surgir en México, James P. Womack explica que la proporción de automóviles con respecto al total de la población mexicana aún está lejos de alcanzar los niveles de Estados Unidos y Canadá, quienes son considerados los países más motorizados de América del Norte. Suponiendo que el mercado de los países más motorizados de la región está próximo a la saturación, la *demanda potencial* sería el número de automotores necesarios para que el mercado mexicano alcanzara el nivel de saturación de los mercados de Canadá y Estados Unidos, y como el mercado mexicano aún está lejos de presentar el grado de saturación de esos dos países, la *demanda potencial* de automotores que podría surgir en México es muy grande, sobre todo comparada con el actual grado de saturación de los mercados en Europa y Asia.

En el caso específico del sector de camiones, tractocamiones y autobuses, la *demanda potencial* también dependería del incremento en las actividades de transporte de carga derivado del aumento en el intercambio comercial entre México y Estados Unidos.

Evidentemente, la lógica de la *demanda potencial* implica que el PIB mexicano habrá de crecer de manera constante y que, adicionalmente al incremento en el ingreso *per capita*, también habría un cambio en relación a las políticas regularizadoras mexicanas. Los cambios a la legislación mexicana, principalmente al Decreto Automotriz y al Decreto del Autotransporte, estarían enfocados a eliminar una gran variedad de barreras que impiden una mayor integración de la industria automotriz como son los impuestos a la importación de automotores terminados, los requerimientos de componentes domésticos con respecto a los vehículos producidos en México, las restricciones a la integración vertical, los requerimientos de inversiones en el sector de componentes automotores, e inclusive las limitaciones mexicanas con respecto al empleo de extranjeros. Las negociaciones del TLCAN tocaron cada uno de estos temas, por lo que la mayor parte de ellos serán analizados en la sección correspondiente a los aspectos específicos del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte, aunque se hará un especial énfasis en las variables de exportaciones mexicanas, niveles de empleo e inversión extranjera.

Finalmente, después de definir las principales tendencias de la industria automotriz a nivel mundial antes de la firma del TLCAN, es necesario considerar que además de la dinámica internacional propia de la industria, cada uno de los países miembros del TLCAN buscaba objetivos particulares tanto para el conjunto de las negociaciones, como para el sector automotriz, por lo que la siguiente sección analiza el contexto de las negociaciones trilaterales, así como los intereses de las partes involucradas.

2.3. El contexto de las negociaciones trilaterales

2.3.1. Teoría sobre integración económica

La teoría sobre integración económica señala que los acuerdos comerciales pueden tener diversas formas, desde acuerdos simples donde un pequeño grupo de elementos se liberen a fin de que dos o más miembros del bloque comercial se beneficien, hasta formas donde existen liberalizaciones de tipo social, coordinación de políticas macroeconómicas y federalización completa con una sola unidad monetaria, como en el plan de Europa '92.

El TLCAN firmado entre Canadá, Estados Unidos y México se define como un acuerdo en el que los tres países tienen por intención reducir a cero todos sus aranceles y restricciones cuantitativas para su comercio mutuo (excepto, en general, los servicios al capital y el flujo de factores de producción, como por ejemplo aspectos de migración de trabajadores), pero mantienen sus niveles de protección particulares al resto del mundo.⁴

2.3.2. Los intereses de las negociaciones

En una economía global en la que los bloques económicos han cobrado una gran trascendencia, Canadá, Estados Unidos y México tenían interés en crear una unidad comercial que mejorara sus oportunidades y perspectivas económicas. En este sentido, los Estados Unidos ven en el TLCAN una vía para reafirmar su hegemonía económica con respecto a Europa y a Japón, así como una forma de consolidar su zona de influencia económica en el continente americano.⁵ Por su parte, el gobierno mexicano ve al TLCAN como un medio para consolidar sus políticas de liberalización económica, garantizar un

⁴ IBARRA YUNEZ, Alejandro. Los Bloques Económicos y su Impacto en México. Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF), México, 1990, 122 p.

⁵ EDEN, Lorraine, MOLOT, Maureen Appel. "Continentalizing the North American Auto Industry". The Political Economy of North American Free Trade, USA, 1994, p. 297-313.

irrestricto acceso al mercado norteamericano, promover los flujos de inversión necesarios para promover un crecimiento económico a largo plazo y crear empleos para una población que crece rápidamente⁶ y elevar así el nivel de vida de los mexicanos.⁷ Dado que un acuerdo bilateral negociado exclusivamente entre Estados Unidos y México hubiera podido resultar en un trato más favorable a la producción mexicana que a la canadiense en Estados Unidos, el gobierno de Canadá decidió participar en las negociaciones del TLCAN principalmente para proteger el acceso de sus productos y servicios al mercado estadounidense. Adicionalmente, otro de los factores que motivaron el interés de Canadá fue que, al ser parte del TLCAN, Canadá obtendría el acceso a un mercado en fuerte crecimiento, el mexicano, sin otros costos que los que ya había asumido en 1989 con respecto al Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos.⁸ Como se menciona en la publicación "Le Québec et l'Accord de libre-échange nord-américain" del Gobierno de Quebec, México, que tenía una gran interés por acceder al mercado estadounidense, abrió su propio mercado de manera mucho más significativa para Canadá que si hubiera negociado únicamente con este país, ya que en una negociación bilateral los intereses comerciales no hubieran sido de la misma envergadura que en el marco trilateral.

Finalmente, si se pudiera caracterizar la motivación de cada país al interior de las negociaciones del TLCAN, tal vez se podría afirmar que los motivos de Estados Unidos fueron más geopolíticos, los de México más económicos, y los de Canadá más defensivos (Eden y Molot 1993).

⁶ México registró un crecimiento demográfico del 1.8% anual en 1995. Con tasas iguales al 1.8%, la población se duplicaría en 39 años.

⁷ SECOFI, Towsens Trade Strategies INC, Gowling, Strathy & Henderson. Mexique-Canada - Une nouvelle ère de relations, Marzo de 1993, 92 p.

⁸ GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, Ministère des Affaires Internationales. Le Québec et l'Accord de libre-échange nord-américain, Québec, 1993, 96 p.

2.3.2.1. Intereses del gobierno de México

Como se ha mencionado anteriormente, los objetivos generales del Gobierno de México para el conjunto de las negociaciones del TLCAN eran los siguientes:

- consolidar las políticas de liberalización económica;
- abrir el mercado norteamericano a productos mexicanos (barreras arancelarias y no arancelarias);
- promover las inversiones en México (interna y extranjera);
- crear empleos en México y elevar así el nivel de vida de los mexicanos

Consecuentemente, en los aspectos referentes al sector de la industria automotriz, los objetivos de México en la negociación eran:⁹

1. La eliminación gradual de todas las tarifas arancelarias mediante un Programa de Liberación Comercial;
2. La suspensión de barreras no arancelarias; y
3. La adecuación de las regulaciones nacionales para facilitar la globalización y racionalización de la producción, particularmente en lo que se refiere a la Ley de Uso Eficiente de Combustible en los Estados Unidos (CAFE) y al Decreto Automotriz en México ²
4. La garantía de un acceso abierto y estable a los mercados de Estados Unidos y Canadá con el fin de ampliar el tamaño del mercado lo que permitiría aprovechar economías de escala y las ventajas comparativas de cada uno de los tres países.

Adicionalmente, también se planteaba que "el Tratado no debe ser un impedimento para promover la inversión en México tanto regional como de otros países, brindando especial atención a las empresas ya establecidas, pero sin dejar de buscar incrementos en la competitividad en países ajenos a la región."

⁹ SECOFI, "Tratado de Libre Comercio en América del Norte. Sector Automotriz. Monografía núm. 10", México, SECOFI, 1991, 38 p.

2.3.2.2. Intereses de los productores de vehículos de autotransporte

Algunos de los beneficios que las compañías interesadas en el mercado mexicano buscaban lograr en mayor o menor grado al momento de las negociaciones eran los siguientes:¹⁰

1. Desarrollo y apertura del mercado interno mexicano
2. Eliminación de las restricciones a la inversión y aseguramiento del control total de las mismas

En cuanto a las reglas de origen, las compañías ya establecidas en el mercado mexicano buscaban un alto contenido regional para ser considerado norteamericano y tener libre acceso al mercado, mientras que a aquellas compañías aún no establecidas en México evidentemente les convenía la existencia de reglas de origen no restrictivas.¹¹

2.4. Aspectos específicos del TLCAN referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte

Una vez que se han analizado las circunstancias e intereses que llevaron a la firma del TLCAN, es preciso hacer referencia a los aspectos específicos del Tratado referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Para ello, esta parte del trabajo se iniciará con el análisis de las disposiciones del Decreto del Autotransporte, que son el principal antecedente regulatorio del TLCAN en relación con la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Posteriormente, se analizarán las disposiciones del Tratado referentes, por una parte, al comercio e inversión en el sector de vehículos de autotransporte, y por otra, a las diversas normas en

¹⁰ WOMACK, James P. "Integración del Sector Automotriz en América del Norte Lógica y Consecuencias", México ante el Libre Comercio con América del Norte, México, El Colegio de México y Universidad Tecnológica de México, 1a ed. 1991.

¹¹ LELO DE LARREA, Elizabeth, STRAUSS, Pola, SANCHEZ, Sergio. México en el mercado automotriz norteamericano. México y el Tratado Trilateral de Libre Comercio. Impacto Sectorial. México, ITAM y McGraw-Hill, 1992.

materia ambiental y de seguridad que deben cumplir los vehículos de autotransporte. Dentro de las disposiciones referentes al comercio e inversión en el sector de vehículos de autotransporte se analizarán las disposiciones del Tratado con relación al Decreto del Autotransporte, a la importación de vehículos de autotransporte, a los vehículos usados, a las reglas de origen, a los periodos de desgravación arancelaria y a la eliminación de restricciones a la inversión extranjera en la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Con relación a las disposiciones en materia ambiental y de seguridad se hablará, primeramente, de las regulaciones del TLCAN en relación con las emisiones contaminantes, ruido y opacidad de humo de los vehículos de autotransporte y, posteriormente, de los pesos y dimensiones que deben poseer los vehículos de autotransporte para poder cumplir con las disposiciones de Canadá, Estados Unidos y México.

2.4.1. Antecedentes

2.4.1.1. El Decreto del Autotransporte

El 11 diciembre de 1989 el Gobierno de México publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte (Decreto del Autotransporte), cuyos principales objetivos se definían en los siguientes términos:

- Fomentar el uso de vehículos que por su calidad y precio permitan abaratar el servicio del autotransporte;
- Ajustar las reglas de operación de la industria automotriz en lo tocante a la manufactura de vehículos de autotransporte con el objeto de estimular una mayor calidad y competitividad de sus productos;
- Fomentar la renovación y crecimiento del parque vehicular y asegurar el abasto adecuado del servicio de transporte; y,
- Asegurar el logro de los objetivos de modernización y eficiencia mediante la apertura comercial y la desregulación.

Con respecto a la apertura comercial y la desregulación, los artículos 11 y 16 del Decreto eliminaron las restricciones a la importación de vehículos de autotransporte tanto para las empresas de la industria terminal como para las personas físicas o morales y establecieron un calendario de liberalización que puede resumirse de la siguiente manera:

A partir del 1° de enero de 1991	Autobuses integrales
A partir del 1° de enero de 1993	Tractocamiones
A partir del 1° de enero de 1994	Camiones pesados

No obstante lo anterior, el artículo 8 del Decreto establecía que si los precios fijados por alguna empresa de la industria terminal antes de impuestos, rebasaban los correspondientes precios internacionales al público para vehículos equivalentes, la SECOFI podría autorizar la importación de los vehículos bajo el siguiente calendario:

A partir del 1° de enero de 1991	Tractocamiones
A partir del 1° de enero de 1992	Camiones pesados

Como se puede apreciar, si los precios ofrecidos por las empresas no eran competitivos, la importación de tractocamiones y de camiones pesados se podía empezar a realizar incluso dos años antes de lo previsto inicialmente, con lo que a partir del 1° de enero de 1992, dos años antes de la entrada en vigor del TLCAN, la importación de autobuses integrales y de tractocamiones quedó prácticamente liberada.

En consecuencia, el TLCAN sólo estableció cuotas de importación para cada uno de los años de 1994 a 1998, las cuales se analizarán en la sección sobre las disposiciones de importación de vehículos de autotransporte del Anexo 300-A.2 del TLCAN.

2.4.2. El Anexo 300 - A del TLCAN: Comercio e Inversión en el Sector Automotriz

2.4.2.1. Disposiciones del TLCAN con respecto al Decreto del Autotransporte

En relación al Decreto del Autotransporte, la fracción 20 del Apéndice 300-A.2 del TLCAN estableció para México el compromiso de derogar el Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte (diciembre de 1989) (Decreto de Autotransporte) y el Acuerdo que Establece Reglas de Aplicación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte (noviembre de 1990). Se acordó que México podrá adoptar o mantener cualquier medida en relación a los vehículos de autotransporte, o a fabricantes de vehículos de autotransporte, siempre y cuando tal medida no sea incompatible con el TLCAN.

2.4.2.2. Importación de vehículos de autotransporte

Como se mencionó en la sección de antecedentes del TLCAN, uno de los efectos del Decreto del Autotransporte fue que a partir del 1° de enero de 1992, dos años antes de la entrada en vigor del TLCAN, la importación de autobuses integrales y de tractocamiones quedó prácticamente liberada, por lo que el Tratado sólo estableció cuotas de importación para cada uno de los años de 1994 a 1998. Según el párrafo 21 del Anexo 300-A.2 del TLCAN, México sólo podrá adoptar o mantener las prohibiciones o restricciones a la importación de vehículos provenientes de Estados Unidos o Canadá hasta el 1° de enero de 1999. No obstante lo anterior, los párrafos 22 y 23 del Apéndice 300-A.2 del TLCAN establecen las siguientes limitaciones:

Para cada uno de los años de 1994 a 1998, México permitirá a cada fabricante de vehículos de autotransporte importar, de cada tipo de vehículo de autotransporte, una cantidad de vehículos de autotransporte originarios no menor a 50 por ciento del número de

vehículos de autotransporte de cada tipo fabricado en México en ese año por el fabricante.

Para cada uno de los años de 1994 a 1998, México permitirá a las personas que no sean fabricantes de vehículos de autotransporte la importación de vehículos de autotransporte originarios de cada tipo, en una cantidad que será signada entre ellas, conforme a los siguientes términos:

- a) para cada uno de los años 1994 y 1995, una cantidad no menor a 15 por ciento del número total de vehículos de autotransporte de cada tipo producidos en México;
- b) en 1996, una cantidad no menor a 20 por ciento del número total de vehículos de autotransporte de cada tipo producidos en México; y
- c) en cada uno de los años de 1997 a 1998, una cantidad no menor a 30 por ciento del número total de vehículos de autotransporte de cada tipo producidos en México.

México asignará dichas cantidades mediante subastas que no sean discriminatorias.

2.4.2.3. Vehículos usados

El sector fabricante de vehículos de autotransporte ha opinado en diversas ocasiones acerca del impacto de las importaciones de vehículos de autotransporte usados en la economía mexicana y en el propio sector. En efecto, la importación y circulación ilegal de vehículos usados constituye una preocupación fundamental tanto para las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte como para el propio gobierno.

Para ejemplificar los efectos nocivos de la importaciones ilegales de vehículos de autotransporte usados, se tomará como referencia un estudio realizado por Kenworth Mexicana¹ en 1996 acerca del impacto de las importaciones de tractocamiones usados en la

economía y en el sector fabricante de vehículos de autotransporte. En dicho estudio se plantea lo siguiente:

- **Se estima que el factor de ocupación por tractocamión producido en la industria terminal mexicana es de 2.3 personas; a su vez, se calcula que por cada 2.6 tractocamiones usados que ingresan al país, se deja de vender uno nuevo, lo que quiere decir que por cada 1,000 tractocamiones importados, se han perdido 884 empleos.**
- **A lo anterior se agrega el daño que dichos tractocamiones usados importados causan a la ecología, toda vez que son altamente contaminantes por los motores obsoletos que traen incorporados.**
- **Otro aspecto que destaca es el de la seguridad. Los tractocamiones producidos en México, además de estar fabricados para circular en Estados Unidos y Canadá, están especificados para las condiciones de trabajo en carreteras mexicanas, con orografía irregular, caminos sinuosos e infraestructura poco desarrollada; por el contrario, los vehículos usados provenientes de Estados Unidos y Canadá, no reúnen las características para circular en territorio mexicano, lo que los hace inseguros y poco duraderos, al someterseles a esfuerzos más severos y sobrecargas.**
- **Asimismo, la lentitud en marcha por la sobrecarga, repercute en un mayor riesgo de accidentes, en un mayor consumo de combustible y en sí, en una mayor ineficiencia del aparato productivo por los tiempos muertos a que someten a otros conductores en la carretera.**
- **La obsolescencia del parque vehicular nacional (más del doble que en Estados Unidos) se ve acentuada con la importación de vehículos usados, que incide en los costos del aparato productivo, en el empleo, en la seguridad, en las carreteras y en el desperdicio de energéticos.**

economía y en el sector fabricante de vehículos de autotransporte. En dicho estudio se plantea lo siguiente:

- Se estima que el factor de ocupación por tractocamión producido en la industria terminal mexicana es de 2.3 personas; a su vez, se calcula que por cada 2.6 tractocamiones usados que ingresan al país, se deja de vender uno nuevo, lo que quiere decir que por cada 1,000 tractocamiones importados, se han perdido 884 empleos.
- A lo anterior se agrega el daño que dichos tractocamiones usados importados causan a la ecología, toda vez que son altamente contaminantes por los motores obsoletos que traen incorporados.
- Otro aspecto que destaca es el de la seguridad. Los tractocamiones producidos en México, además de estar fabricados para circular en Estados Unidos y Canadá, están especificados para las condiciones de trabajo en carreteras mexicanas, con orografía irregular, caminos sinuosos e infraestructura poco desarrollada; por el contrario, los vehículos usados provenientes de Estados Unidos y Canadá, no reúnen las características para circular en territorio mexicano, lo que los hace inseguros y poco duraderos, al someterseles a esfuerzos más severos y sobrecargas.
- Asimismo, la lentitud en marcha por la sobrecarga, repercute en un mayor riesgo de accidentes, en un mayor consumo de combustible y en sí, en una mayor ineficiencia del aparato productivo por los tiempos muertos a que someten a otros conductores en la carretera.
- La obsolescencia del parque vehicular nacional (más del doble que en Estados Unidos) se ve acentuada con la importación de vehículos usados, que incide en los costos del aparato productivo, en el empleo, en la seguridad, en las carreteras y en el desperdicio de energéticos.

- **Aunado a lo anterior, se propicia la ilegalidad, la competencia desleal y la economía informal; todo ello en contra de la eficiencia y la productividad del servicio del transporte de carga en México.**

Por ello, en el párrafo 24 del Anexo 300-A.2 se estableció el calendario de desregulación del TLCAN para la importación de vehículos usados provenientes de territorio de Canadá o Estados Unidos a México. El calendario permitirá que la importación de vehículos usados a México se realice disminuyendo gradualmente entre el año 2009 y el 2019 la antigüedad de los vehículos que podrán ser importados libremente a México. El párrafo 24 del Anexo 300-A establece lo siguiente:

México podrá adoptar o mantener prohibiciones o restricciones a la importación de vehículos usados provenientes de territorio de otra de las Partes, con excepción de lo siguiente:

- a. A partir del 1o. de enero de 2009, México no podrá adoptar ni mantener una prohibición o restricción a la importación de vehículos originarios usados, provenientes de territorio de Canadá o de Estados Unidos que tengan por lo menos 10 años de antigüedad;
- b. A partir del 1o. de enero de 2011, México no podrá adoptar ni mantener una prohibición o restricción a la importación de vehículos originarios usados, provenientes de territorio de Canadá o de Estados Unidos que tengan por lo menos 8 años de antigüedad.
- c. A partir del 1o. de enero de 2013, México no podrá adoptar ni mantener una prohibición o restricción a la importación de vehículos originarios usados, provenientes de territorio de Canadá o de Estados Unidos que tengan por lo menos 6 años de antigüedad.

- d. A partir del 1o. de enero de 2015, México no podrá adoptar ni mantener una prohibición o restricción a la importación de vehículos originarios usados, provenientes de territorio de Canadá o de Estados Unidos que tengan por lo menos 4 años de antigüedad.**
- e. A partir del 1o. de enero de 2017, México no podrá adoptar ni mantener una prohibición o restricción a la importación de vehículos originarios usados, provenientes de territorio de Canadá o de Estados Unidos que tengan por lo menos 2 años de antigüedad.**
- f. A partir del 1o. de enero de 2019, México no podrá adoptar ni mantener una prohibición o restricción a la importación de vehículos originarios usados, provenientes de territorio de Canadá o de Estados Unidos.**

Como se puede observar, el calendario de importación de vehículos usados a México desregula en un periodo de 10 años la importación de vehículos usados a México y la antigüedad de los vehículos usados que podrán ser importados. Sin embargo, si se considera la fecha de entrada en vigor del TLCAN y la última fecha del calendario de desregulación, es evidente que en realidad el periodo de desregulación es de 25 años, lo que refleja el interés del gobierno mexicano por evitar al máximo la importación de vehículos usados de dos formas. La primera es mediante el máximo aplazamiento del inicio de la importación de vehículos usados, la cual comenzará hasta el año 2009, es decir, 15 años después de la fecha de entrada en vigor del Tratado; y la segunda, mediante la regulación de la antigüedad de los vehículos usados que se permitirá importar, ya que en un principio, sólo se autorizará la importación de vehículos usados relativamente viejos y sólo gradualmente se permitirá la importación de vehículos usados relativamente nuevos. Sin duda, el mecanismo de desregulación de la importación de vehículos usados a México permitirá a los fabricantes de vehículos de autotransporte establecidos en el país contar con un plazo muy largo para lograr que el precio y la calidad de los vehículos nuevos que vendan en el país sean más competitivos que los de los vehículos usados.

2.4.2.4. Reglas de Origen

El TLCAN prevé la eliminación de todas las tasa arancelarias sobre los bienes que sean originarios de México, Canadá y Estados Unidos, en el transcurso de un periodo de transición. Para determinar cuáles bienes son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial son necesarias reglas de origen.

Las disposiciones sobre reglas de origen contenidas en el Tratado están diseñadas para:

- asegurar que las ventajas del TLCAN se otorguen sólo a bienes producidos en la región de América del Norte y no a bienes que se elaboren total o en su mayor parte en otros países;
- establecer reglas claras y obtener resultados previsibles; y
- reducir los obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del Tratado.

Para efectos del cálculos del valor de contenido regional de conformidad con el método de costo neto establecido en el artículo 402 (3), para bienes de la industria automotriz, se debe calcular de la siguiente forma:¹²

$$VCR = \frac{CN - VMN}{CN} \times 100$$

Donde :

- VCR = Valor de contenido regional expresado como porcentaje
CN = Costo neto del bien
VMN = Valor de los materiales no originarios utilizados por el productor en la producción del bien

¹² ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996, México, 1997, p. 205

Para el cálculo de la regla de origen de bienes automotrices de servicio pesado, se deben tener presente estas dos definiciones:

- 1. Los vehículos de servicio pesado son los comprendidos en la partida 8701, subpartida 8702.10.yy u 8702.90.yy (para el transporte de 16 personas o más), 8704.10, 8704.22, 8704.23, 8704.32 u 8704.90, o la partida 8705 u 8706.**
- 2. Los materiales sujetos a rastreo son los componentes y materiales listados en el anexo 403.2 que sean utilizados como equipo original. (Componentes: motores comprendidos en las partidas 84.07 u 84.08 y Componente: Cajas de cambio o transmisiones comprendidas en la subpartida 8708.04).**

El requisito de valor de contenido regional para un vehículo pesado y un bien que sea utilizado en un vehículo pesado será:

Del 1o. de enero de 1994 al 31 de diciembre de 1997	50%
Del 1o. de enero de 1998 al 31 de diciembre de 2001	55%
Del 1o. de enero de 2002 en adelante	60%

excepto un bien de las partidas 84.07 y 84.08 y la subpartida 8708.04 o comprendidos en la subpartida 8482.10 a la 8482.80 8483.20 u 8483.30, los bienes del anexo 403.1 y sea destinado a utilizarse en un vehículo ligero o pesado.

Para efectos del cálculo del valor de contenido regional de uno o todos los bienes comprendidos en una clasificación arancelaria listada en el anexo 403.1 o de un componente o material señalado en el anexo 403.2, que se produzcan en la misma planta, el productor del bien podrá:

- a. Promediar su cálculo
- b. Calcular el promedio por separado para cualquiera o para todos los bienes vendidos a uno o más productores de vehículos automotores; o,
- c. Respecto a cualquier cálculo efectuado conforme a este párrafo, calcular por separado el valor de contenido regional de los bienes que se exporten a territorio de una o más de las partes.

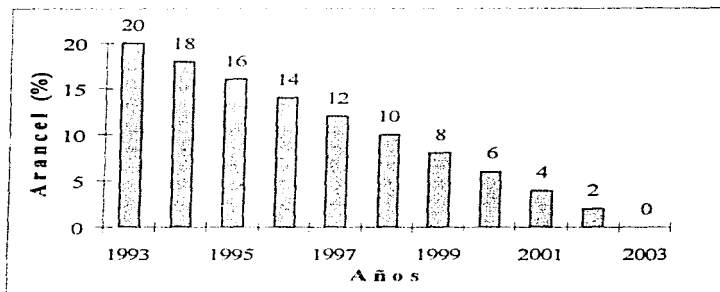
El requisito de valor de contenido para un vehículo automotor será:

- a. 50% durante 5 años después de la fecha en que un ensamblador de vehículos automotores produzca en una planta el primer prototipo del vehículo, si:
 - i. se trata de un vehículo automotor de una clase, marca o excepto vehículos comprendidos en el artículo 403(2), categoría de tamaño y bastidor que el ensamblador de vehículos automotores no haya producido anteriormente en territorio de ninguna de las partes.
 - ii. la planta consiste en un edificio nuevo en que se ensambla el vehículo automotor; y
 - iii. sustancialmente toda la maquinaria nueva utilizada en el ensamble del vehículo automotor se encuentra en la planta; o
- b. 50% durante 2 años después de la fecha en que el primer prototipo de vehículo automotor se encuentra en la planta; o primer prototipo de vehículo automotor se produzca en una planta después de que ésta haya sido remodelada, si se trata de un vehículo automotor de una clase, o marca o, excepto vehículos comprendidos en el artículo 403(2) categoría de tamaño y bastidor diferentes a los que el ensamblador de vehículos automotores haya producido en la planta antes de la remodelación.

2.4.2.5. Períodos de desgravación

México impone actualmente un arancel de 20% a las importaciones de tractocamiones, camiones pesados y autobuses integrales. Con el TLCAN, este arancel llegará a cero por ciento en un periodo de diez años y se irá disminuyendo en forma proporcional, esto es, 2 puntos cada año, como se describe a continuación:¹³

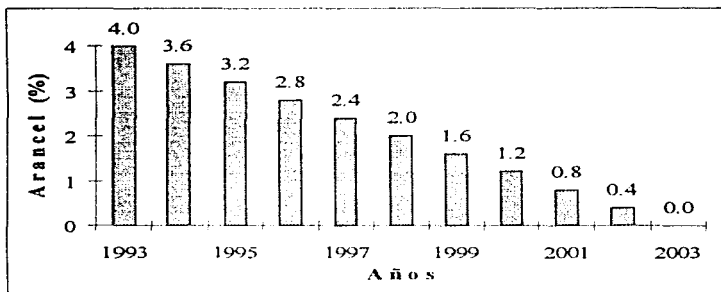
Desgravación de Tractocamiones, Camiones Pesados y Autobuses en México



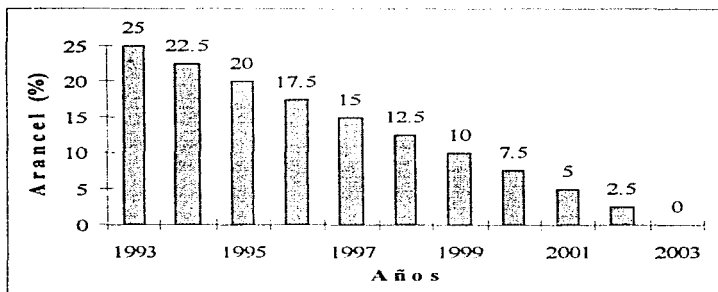
Estados Unidos y Canadá disminuirán también en forma proporcional los aranceles, como se muestra a continuación.

¹³ ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996, México, 1997, p. 201

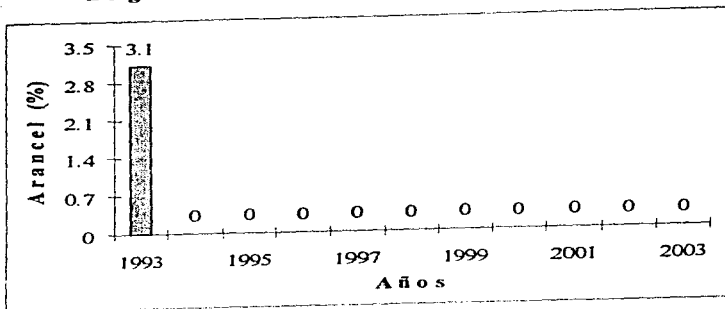
Desgravación de Tractocamiones en Estados Unidos



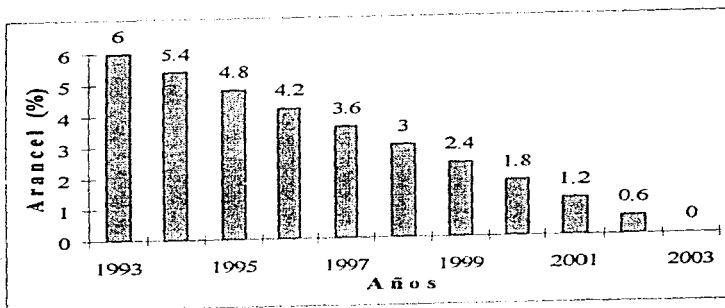
Desgravación de Camiones Pesados en Estados Unidos



Desgravación de Autobuses en Estados Unidos



Desgravación de Tractocamiones, Camiones Pesados y Autobuses en Canadá



2.4.2.6. Eliminación de las restricciones a la inversión extranjera

El Capítulo 11 de TLCAN regula las acciones de los países miembros del Tratado relativas a las inversiones y los inversionistas de un país miembro en otro país miembro. De igual forma, establece las reservas y excepciones de los países miembros que, en los asuntos referentes a la industria automotriz mexicana, se encuentran expresadas en la Lista de México del Anexo 1.

Las disposiciones del TLCAN en lo referente a la inversión extranjera en la industria automotriz están principalmente orientadas a regular la inversión extranjera en la industria de autopartes, lo cual se debe a que los lineamientos para la inversión extranjera en la industria terminal ya habían sido establecidos tanto en el texto de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera como en el de su Reglamento.

Como puede observarse, se ha mencionado por una parte, a la industria de autopartes y, por otra, a la industria terminal. De acuerdo con el Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Automotriz de 1989, la industria automotriz es el conjunto de empresas que conforman la industria terminal y la industria de autopartes. Esta división se debe a que, aunque ambos sectores forman parte de la industria automotriz, ambos tienen también características diferentes, lo que ocasiona que también necesiten marcos jurídicos distintos.

A continuación se analizan los lineamientos para la inversión extranjera en la industria automotriz terminal establecidos tanto en la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera como en su Reglamento ya que, lo que actualmente se conoce como las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte, que es el objeto de estudio del presente trabajo, estaba considerado como parte de la industria automotriz terminal en el tiempo en el que las disposiciones antes mencionadas fueron emitidas.

2.4.2.6.1. Antecedentes

2.4.2.6.1.1. La Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera de 1973

Esta Ley se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 9 de marzo de 1973 con el objeto, entre otros, de regular la inversión extranjera en México. Por ello, el artículo 2 de esta Ley consideraba como inversión extranjera a la inversión que se realizara por:

- I. Personas morales extranjeras;
- II. Personas físicas extranjeras;
- III. Unidades económicas extranjeras sin personalidad jurídica; y
- IV. Empresas mexicanas en las que participe mayoritariamente capital extranjero o en las que los extranjeros tengan, por cualquier título, la facultad de determinar el manejo de la empresa.

En relación con la fabricación de componentes de vehículos automotores, el inciso "c" del artículo quinto de la Ley indicaba que la inversión extranjera sería admitida en una proporción de capital de hasta el 40 por ciento. Como puede observarse, esta proporción de capital se aplicaba específicamente a la "fabricación de componentes de vehículos automotores", es decir, lo que también se conoce como "industria de autopartes", por lo que este límite no era aplicable a la industria terminal.

No obstante lo anterior, el mismo artículo 5o. de la Ley establecía que "en los casos en que las disposiciones legales o reglamentarias no exijan un porcentaje determinado, la inversión extranjera podrá participar en una proporción que no exceda del 49 por ciento del capital de las empresas y siempre que no tenga, por cualquier otro

título, la facultad de determinar el manejo de la empresa".¹⁴ Por ello, y debido a que hasta la fecha de entrada en vigor de la Ley no existía ninguna disposición legal o reglamentaria que impidiera a la inversión extranjera participar hasta en un 49% del capital de las empresas de la industria terminal, se adoptó esta cifra como el límite máximo de participación de la inversión extranjera en el capital de las empresas de la industria terminal.

2.4.2.6.1.2. El Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera de 1989

El Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 16 de mayo de 1989 y entró en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

El artículo 5 del Reglamento permitió a los inversionistas extranjeros participar en cualquier proporción en el capital social de las empresas, en el acto de su constitución, para realizar aquellas actividades no incluidas en la Clasificación Mexicana de Actividades Económicas y Productos (CMAP) que forma parte del Reglamento, siempre que cumplieran con algunas condiciones y sin requerir autorización de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI). Para todas las actividades incluidas dentro de la CMAP se estableció un régimen específico de autorización por Rama o Clase que determinó diversos porcentajes de participación extranjera en el capital de las sociedades según la actividad de que se tratara.

En el caso de la industria automotriz, la Rama 3841 de la CMAP (denominada "Industria Automotriz") permitió un porcentaje de participación extranjera de hasta el 40% en el capital de las sociedades que se dedicaran a las siguientes actividades:

¹⁴ SECOFI, Marco Jurídico y Administrativo de la Inversión Extranjera Directa en México, Serie Inversión Extranjera, Cuadernos SECOFI, Comité Editorial de la SECOFI ISBN 968-802-201-2, la publicación no tiene fecha de edición.

- Fabricación y ensamble de carrocerías y remolques para automóviles y camiones.
- Fabricación de motores y sus partes, para automóviles y camiones.
- Fabricación de partes para el sistema de transmisión de automóviles y camiones.
- Fabricación de partes para el sistema de suspensión de automóviles y camiones.
- Fabricación de partes y accesorios para el sistema de frenos de automóviles y camiones, y
- Fabricación de partes y accesorios para automóviles y camiones

Como se puede observar, todas las actividades mencionadas en la Rama 3841 de la CMAP se refieren a la industria de autopartes. Si se considera que la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera de 1973 ofrecía la posibilidad de que la inversión extranjera representara hasta el 40% del capital de las empresas de la industria de autopartes, resulta evidente que el Reglamento sólo reafirmó lo ya expresado en la Ley y estructuró de una mejor manera la regulación de inversión extranjera referente a la industria de autopartes al clasificar dentro de la CMAP a las actividades más importantes de esta industria.

En el caso de la industria terminal, como la CMAP y el propio Reglamento no hacían ninguna referencia explícita al término "industria terminal" ni hacían referencia a la industria terminal de ninguna otra forma, el Reglamento permitió implícitamente la participación de inversión extranjera directa (IED) en cualquier proporción del capital de las empresas de la industria terminal. Las únicas condiciones a esta interpretación se establecieron formalmente en el artículo sexto transitorio del Reglamento, que decía lo siguiente:

Los inversionistas extranjeros podrán, durante un período de tres años contados a partir del día de la entrada en vigor de este Reglamento, adquirir acciones de sociedades que impliquen que la participación total de la inversión extranjera en el capital social de dichas sociedades rebase, como resultado de la adquisición de que se trate, la proporción del

49% del mismo, siempre que estén conformes en cumplir los requisitos siguientes:

- a) Realizar inversiones en nuevos activos fijos por un monto mínimo equivalente al 30% del valor neto de los activos fijos declarados ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para el último ejercicio fiscal;
- b) El capital social pagado a la fecha de la adquisición de las acciones de que se trate deberá incrementarse en un monto equivalente al 20% de la inversión adicional en activos fijos;
- c) Obtener un resultado de equilibrio en el saldo de la balanza de divisas de la sociedad de que se trate durante los tres años siguientes a la fecha de adquisición de las acciones, y
- d) Cumplir en lo conducente con los requisitos establecidos en las fracciones I, II, párrafo segundo, III, V y VI del artículo 5.

Para complementar las referencias del inciso "d" antes mencionado, se transcriben a continuación las fracciones I, II, III, V y VI del artículo 5 del Reglamento.

- I. Efectúen inversiones en activos fijos, destinados a la realización de las actividades económicas propias de la empresa, en su período preoperativo, hasta por el monto que fije periódicamente la Secretaría, para efectos de su actualización.
- II. Las inversiones a que se refiere la fracción anterior se realicen con recursos financieros provenientes del exterior, obtenidos por aportaciones de capital de los socios o accionistas o por financiamientos que les sean otorgados por personas morales extranjeras o por instituciones de crédito con recursos obtenidos del exterior.

En el caso de que los socios o accionistas de las sociedades que se constituyan sean inversionistas extranjeros establecidos en el país, las inversiones podrán realizarse con recursos provenientes de su propio patrimonio.

El capital social pagado deberá ser por un monto mínimo equivalente al 20% de la inversión total en activos fijos, al término del período preoperativo.

- III. Las sociedades que se constituyan ubiquen los establecimientos industriales que requieran para realizar sus actividades industriales o manufactureras fuera de las zonas geográficas de mayor concentración industrial, sujetas a crecimiento controlado, que definan las disposiciones administrativas correspondientes.
- V. Las sociedades que se constituyan deberán generar empleos permanentes y establecer programas continuos de entrenamiento, capacitación, adiestramiento y de desarrollo personal para los trabajadores, de conformidad con la legislación aplicable.
- VI. Las sociedades que se constituyan deberán utilizar tecnologías adecuadas y observar las disposiciones legales expedidas en materia ecológica.
Se entenderá que los inversionistas extranjeros han estado conformes con los requisitos establecidos en este artículo por el sólo hecho de adquirir acciones de las sociedades que se constituyan de conformidad con el régimen de este artículo.

Finalmente solo queda mencionar que, de conformidad con el artículo 5 del Reglamento, si la empresa se constituía después de la entrada en vigor del Reglamento, no se requería autorización de la SECOFI para que los inversionistas extranjeros adquirieran cualquier proporción de acciones de sociedades mexicanas, y si la empresa ya estaba

constituida, el artículo 7 establecía el requisito de autorización de la misma Secretaría excepto cuando los inversionistas extranjeros adquirieran -en cualquier proporción-, acciones de sociedades establecidas o en el acto de su constitución, siempre que dichas empresas operaran o se constituyeran para realizar actividades de maquila u otras actividades comerciales o industriales para exportación (empresas maquiladoras, altamente exportadoras o de comercio exterior). Adicionalmente, los artículos 28 y 29 del Reglamento permitieron la ampliación de las actividades de las empresas con inversión extranjera ya establecidas a través de la apertura de nuevos establecimientos o la operación en nuevos campos de actividad económica y la fabricación de nuevos productos, sin que para ello fuera necesario contar con la autorización de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

En conclusión, una consecuencia directa del Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera de 1989 fue que los inversionistas extranjeros estuvieron en condiciones de tener una participación mayoritaria en el capital de las empresas de la industria terminal que ya estaban establecidas a la fecha de entrada en vigor del Reglamento y en las que estaban por establecerse.

2.4.2.6.1.3. La Ley de Inversión Extranjera de 1993

A través del análisis del contenido de la Ley y del Reglamento se ha estudiado el proceso de desregulación de la inversión extranjera en la industria terminal y se ha podido observar que incluso antes de la entrada en vigor del TLCAN la inversión extranjera ya podía participar libremente dentro de la industria terminal.

Ahora, para finalizar el estudio de la desregulación de la inversión extranjera dentro del sector automotriz, sólo queda mencionar las disposiciones de la Ley de Inversión Extranjera de 1993 para la participación de la inversión extranjera dentro del capital de las empresas de la industria de autopartes. Sin embargo, antes de analizar estas disposiciones, es necesario señalar que la Ley de 1993 estableció una nueva definición de inversión extranjera, que aunque es

prácticamente idéntica a la de la Ley de 1973, vale la pena mencionar. La segunda fracción del artículo 2 de la Ley de 1993 consideró como inversión extranjera:

- a) La participación de inversionistas extranjeros, en cualquier proporción, en el capital social de sociedades mexicanas;**
- b) La realizada por sociedades mexicanas con mayoría de capital extranjero; y**
- c) La participación de inversionistas extranjeros en las actividades y actos contemplados por esta Ley.**

Para complementar esta definición, la fracción tercera del artículo 2 consideraba como inversionista extranjero a toda aquella "persona física o moral de nacionalidad distinta a la mexicana y las entidades extranjeras sin personalidad jurídica".

En relación con la participación de la inversión extranjera dentro del capital de las empresas de la industria de autopartes, la Ley de Inversión Extranjera de 1993 estableció un calendario de desregulación para permitir la participación de la inversión extranjera en una proporción mayoritaria dentro del capital de las empresas de la industria de autopartes que, como se observó al analizar las disposiciones de la Ley de 1973 y del Reglamento de 1989, era el único sector de la industria automotriz en donde hasta antes de la negociación del TLCAN aún existían límites para la participación extranjera dentro de las empresas ya establecidas o por establecerse.

Según el artículo séptimo transitorio de la Ley de Inversión Extranjera:

La inversión extranjera podrá participar hasta el 49% del capital social de sociedades mexicanas dedicadas a las actividades de fabricación y ensamble de partes, equipo y accesorios para la industria automotriz, sin perjuicio de lo dispuesto por el Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Automotriz. A partir del 1° de enero de 1999, la inversión extranjera podrá participar hasta el 100% en el

capital social de sociedades mexicanas, sin necesidad de recabar la resolución favorable de la Comisión.

Como se puede observar, la Ley de Inversión Extranjera de 1993 reafirmó lo establecido en el Reglamento de 1989, pero a diferencia de éste, estableció una fecha a partir de la cual se eliminará cualquier restricción a la participación de la inversión extranjera dentro de la industria de autopartes. Finalmente, sólo resta mencionar que lo establecido en el artículo séptimo transitorio de la Ley de Inversión Extranjera de 1993 concuerda plenamente con la Reserva establecida en la Lista de México del Anexo I del TLCAN, que dice que:

Cinco años después de la fecha de entrada en vigor del Tratado, los inversionistas de otra Parte o sus inversiones podrán detentar 100 por ciento de la participación de cualquier empresa de la industria de autopartes, establecida o por establecerse en el territorio de México.¹⁵

La concordancia entre el texto de la Ley de Inversión Extranjera de 1993 y el texto final del TLCAN establecen muy claramente la voluntad del gobierno mexicano de eliminar definitivamente cualquier obstáculo a la inversión extranjera dentro de la industria de autopartes. Además, el 1° de enero de 1999 no sólo se eliminarán las restricciones a la inversión extranjera dentro de la industria de autopartes sino que esa fecha también marcará la finalización de un proceso de eliminación de las restricciones a la inversión extranjera dentro del conjunto de la industria automotriz que habrá durado 26 años transcurridos desde la publicación de la Ley de 1973 y hasta el vencimiento del término establecido en el texto del TLCAN y en la Ley de Inversiones Extranjeras.

¹⁵SECOFI. Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Tomo II, pg. 144.

2.4.3. Barreras no arancelarias

Entre las barreras no arancelarias que deben cumplir los vehículos de autotransporte fabricados en México para comercializarse en Estados Unidos y Canadá, se encuentran las diferentes normas o especificaciones técnicas que establecen criterios que deben cumplir los productos a fin de proteger el medio ambiente y cuidar la seguridad pública.¹⁶

El TLCAN señala que los países miembros tratarán de hacer compatibles las normas relativas al autotransporte y a la industria de camiones, tractocamiones y autobuses integrales, comprendiendo:¹⁷

- vehículos, incluidos equipo como llantas y frenos, pesos y dimensiones, mantenimiento y reparación y niveles de emisión.
- normas relacionadas con el transporte de sustancias peligrosas
- señalización en carreteras y cumplimiento de los requisitos de seguridad en autotransporte

La importancia de hacer compatibles las normas ecológicas y de seguridad radica en que el TLCAN establece en el artículo 1114 que nada impide a Estados Unidos, Canadá o México adoptar, mantener o poner en ejecución cualquier medida que considere apropiada para asegurar que las inversiones se efectúen en su territorio tomando en cuenta inquietudes de materia ambiental. De igual forma, se señala que es inadecuado alentar la inversión por medio de un relajamiento de las medidas internas aplicables a salud, seguridad o relativas a medio ambiente. En consecuencia, ninguno de los tres países deberá eliminar, o comprometerse a eximir de la aplicación de esas medidas a la inversión de un inversionista como medio para inducir el establecimiento, la adquisición, la expansión o conservación de la inversión de un inversionista en su territorio.

¹⁶ LOYOLA A., J. Antonio, SCHETTINO Y., Macario. Estrategia Empresarial en una Economía Global, Grupo Editorial Iberoamérica e IMEF, México, 1994, 258 p

¹⁷ SECOFI, "Resumen del Contenido del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, elaborado por los gobiernos de los Estados Unidos Mexicanos, Canadá y los Estados Unidos de América", Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos, México, SECOFI, 1992, 58 p

La importancia de este señalamiento radica en que, aunque la industria mexicana fabricante de camiones, tractocamiones y autobuses integrales no tuviera inversiones en cualquiera de los tres países miembros del TLCAN, sus exportaciones hacia Estados Unidos o Canadá deben de cumplir con los normas ambientales y de seguridad actuales o futuras, lo cual es una barrera no arancelaria que puede cambiar de acuerdo a las preocupaciones o intereses de los gobiernos de Estados Unidos y Canadá.

2.4.3.1. Normas en materia ambiental

2.4.3.1.1. Las Normas Oficiales Mexicanas para emisiones contaminantes, ruido y opacidad de humo

En materia ambiental, las Normas Oficiales Mexicanas vigentes que deben cumplir los fabricantes, comercializadores e importadores de vehículos pesados con motor a diesel son las que a continuación se mencionan:¹⁸

Norma Oficial Mexicana NOM-044-ECOL-1993

Establece los niveles máximos permisibles de emisión de hidrocarburos, monóxido de carbono, óxidos de nitrógeno, partículas suspendidas totales y opacidad de humo provenientes del escape de motores nuevos que usan diesel como combustible y que se utilizarán para la propulsión de vehículos automotores con un peso bruto vehicular mayor de 3,857 kilogramos.

¹⁸ ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996, México, 1997, p. 225

Norma Oficial Mexicana NOM-045-ECOL-1995

Establece los niveles máximos permisibles de emisión de humo provenientes del escape de vehículos automotores en circulación que usan diesel o mezclas que incluyan diesel como combustible.

Norma Oficial Mexicana NOM-077-ECOL-1995

Establece el procedimiento de medición para la verificación de los niveles de emisión de la opacidad del humo proveniente del escape de los vehículos automotores en circulación que usan diesel como combustible.

Norma Oficial Mexicana NOM-079-ECOL-1994

Establece los niveles máximos permisibles de emisión de ruido de los vehículos automotores nuevos en planta y su método de medición.

Norma Oficial Mexicana NOM-080-ECOL-1994

Establece los niveles máximos permisibles de emisión de ruido proveniente del escape de los vehículos automotores, motocicletas y triciclos motorizados en circulación y su método de medición.

Para el cumplimiento de la norma Oficial Mexicana NOM-044-ECOL-1993, los fabricantes, comercializadores e importadores de motores a diesel deberán presentar el certificado de cumplimiento en el lugar de origen de acuerdo a lo que establece la Agencia de Protección Ambiental (EPA), hasta en tanto no exista un laboratorio de tipo transitorio similar en México.

2.4.3.1.2. Comparativo de las normas de emisiones contaminantes entre México y Estados Unidos

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los niveles máximos de contaminantes que deben cumplir los fabricantes de motores a diesel tanto en México como en los Estados Unidos. Al comparar la información, se puede apreciar la similitud de los niveles de contaminantes, por lo que se puede afirmar que los motores que son vendidos en los Estados Unidos cumplen con los mismos niveles que los motores que se venden en México.

2.4.3.1.2.1. Norma Oficial Mexicana de emisiones contaminantes

NOM-044-ECOL-1993¹⁹

Tabla 1.
Niveles máximos permisibles de emisión de contaminantes
(g/bhp-h)^{*1}

Año modelo del motor		HC	CO	NOx	PST
1993 ^{*2*3}		1.3	15.5	5.0	0.25
1994-1997 ^{*2}	Autobús urbano extra-pesado	1.3	15.0	5.0	0.07
	Autobús urbano mediano pesado, ligero pesado y otros	1.3	15.0	5.0	0.10
1998 en adelante	Autobús urbano extra-pesado	1.3	15.0	4.0 ^{*4}	0.05
	Autobús urbano mediano pesado, ligero pesado y otros	1.3	15.5	4.0	0.10

¹⁹ Diario Oficial de la Federación, 22 de octubre de 1993

Tabla 2.
Niveles máximos permisibles de opacidad de humo (%)

Año modelo del motor		Aceleración	Lug	Pico
1993* ³ * ⁶		20	15	50
1994-1997* ⁵	Autobús urbano extra-pesado	20	15	50
	Autobús urbano mediano pesado, ligero pesado y otros	20	15	50
1998 en adelante	Autobús urbano extra-pesado	20	15	50
	Autobús urbano mediano pesado, ligero pesado y otros	20	15	50

g/bhp-hr = Gramos de contaminantes por caballo de fuerza al freno por hora

- *¹ Gramos de contaminante por caballo de fuerza al freno por hora.
- *² Certificado con los métodos, procedimientos y combustibles establecidos por la EPA, en tanto no se tenga el laboratorio en nuestro país.
- *³ Para motores 1993 se considerará la clasificación año-modelo a partir del día primero de 1993 y años posteriores.
- *⁴ Esta cifra estará sujeta a revisión de acuerdo a la normatividad de los Estados Unidos de América que se publique a su debido tiempo y nunca excederá de 5.0
- *⁵ Certificado con los métodos, procedimientos y combustibles establecidos por la EPA, en tanto no se tenga el laboratorio en nuestro país.
- *⁶ Para motores 1993 se considerará la clasificación año-modelo a partir del día primero de 1993 y años posteriores.

Definiciones:

- **Autobús urbano de servicio ligero pesado y mediano pesado**
El vehículo de transporte pesado para pasajeros con motor diesel de hasta 250 HP y peso bruto vehicular de hasta 33,000 libras (14,969 kg), con capacidad de quince o más pasajeros que se dedica principalmente a la operación interurbana, es decir, dentro de los límites de una ciudad o de una gran área metropolitana.
- **Autobús urbano de servicio extra-pesado**
El vehículo de transporte pesado para pasajeros con motor diesel que generalmente excede de 250 HP de potencia y con un peso bruto vehicular de más de 33,000 libras (14,969 kg) con capacidad de quince o más pasajeros que se dedica principalmente a la operación interurbana, es decir, dentro de los límites de una ciudad o de una gran área metropolitana.

2.4.3.1.2.2. Emisiones contaminantes en Estados Unidos de América

US EPA, CFR 40, Parts 86 to 89, 1994²⁰

Niveles de emisión contaminante para vehículos pesados con motor a diesel nuevos

	Truck (g/bhp-hr)				Urban bus (g/bhp-hr)				
	1990	1991	1994	1998	1990	1993	1994	1996	1998
HC	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3
CO	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5	15.5
NOx	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
PM	6.0	0.25	0.10	0.10	0.25	0.10	0.07	0.05	0.05

g/bhp-hr = Gramos de contaminantes por caballo de fuerza al freno por hora

²⁰ Code of Federal Regulations 40, Part 86, subparts I and N, revised July 1990, USA. (Código Federal de Regulaciones, Parte 86, subparte I y N, revisado en julio de 1990, Estados Unidos de América).

2.4.3.2. Pesos y dimensiones

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes a través de la Dirección General de Autotransporte Federal, es la dependencia encargada de coordinar y elaborar los trabajos correspondientes a regular y normar el autotransporte federal de carga y pasaje en circulación. En la actualidad están vigentes tanto un Reglamento como una Norma sobre el Peso, Dimensiones y Capacidad de los Vehículos de Autotransporte que Transitan en los Caminos y Puentes de Jurisdicción Federal.

El Reglamento fue publicado el en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el miércoles 26 de enero de 1994, y en él se establecen las características de peso y dimensiones de los vehículos; la constancia de capacidad y dimensiones o de peso y dimensiones; el control técnico de las unidades; la sujeción de la carga; el transporte de objetos indivisibles de gran peso o volumen; los vehículos de diseño especial, las sanciones, así como una clasificación de la red carretera de acuerdo al siguiente criterio:

Atendiendo a sus características geométricas, la red carretera se tipifica en:²¹

Tipo de carretera	Nomenclatura
Carretera de cuatro carriles	A4
Carretera de dos carriles	A2
Carretera de cuatro carriles, red primaria	B4
Carretera de dos carriles, red primaria	B2
Carretera de dos carriles, red secundaria	C
Carretera de dos carriles, red alimentadora	D

²¹ Dirección General de Autotransporte Federal. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Este reglamento es apoyado paralelamente por las normas concernientes al transporte de carga indivisible de gran peso o volumen y vehículos de diseño especial, y por las normas que especifican las características de la constancia sobre el peso, dimensiones y capacidad y la identificación que establece el Reglamento.

El objetivo del Reglamento y Norma de Peso y Dimensiones es el de disminuir el riesgo de accidentes en carreteras así como evitar la destrucción de las carreteras por el exceso de peso y dimensiones. Por ello, destacan dos aspectos básicos de esta reglamentación y normatividad que son la limitación del peso mediante una clasificación por tipo de vehículos y de carreteras, así como otorgar gradualidad en la reducción de peso (20 por ciento por año aproximadamente), en un lapso de tres años a partir de 1994.

La otra restricción son las dimensiones (longitud, altura y ancho) de los vehículos, la cual se aplica a través de una clasificación de vehículos y carreteras. En esta limitación no se otorga gradualidad, sino que se aplica al día siguiente de su publicación en el DOF.

El 7 de mayo de 1996, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a través de la Dirección General del Autotransporte Federal emitió el decreto que reforma, adiciona y deroga el Reglamento sobre el Peso, Dimensiones y Capacidad de los Vehículos de Autotransporte que Transitan en los Caminos y Puentes de Jurisdicción Federal con el objeto de precisar algunos errores que contiene el mencionado Reglamento.

La Norma Oficial de Peso y Dimensiones, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de enero de 1997, y su propósito es el de establecer las especificaciones de peso, dimensiones y capacidades de los vehículos de autotransporte de pasajeros, de turismo y de carga que transitan en los caminos y puentes de jurisdicción federal.

2.4.3.2.1. Comparativo de las normas sobre peso y dimensiones en México, Estados Unidos y Canadá

2.4.3.2.1.1. Pesos y dimensiones en México

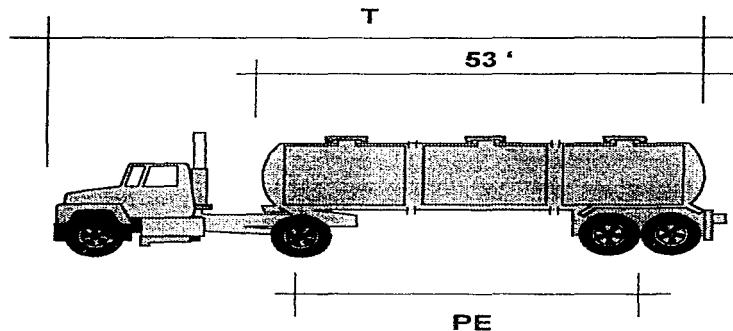
Límites máximos de peso en México (en toneladas)

Tipo de vehículo	Clasificación por tipo de camino							
	Peso (toneladas)				Dimensiones (en metros)			
	A	B	C	D	A	B	C	D
Autobús	30.5	30.5	27.5	24.5	14	14	14	12.5
Camión unitario	26	26	23	20.5	14	14	14	12.5
Camión remolque	54	54	48	n/a	31	28.5	22.5	n/a
Tractocamión articulado	48.5	48.5	43	n/a	20.8	20.8	16.5	n/a
Tractocamión doblemente articulado	59	59	53	n/a	31	28.5	23.5	n/a

Fuente: Dirección General de Autotransporte Federal, SCT

n/a = No autorizado

2.4.3.2.1.2. Límites máximos de dimensiones en Estados Unidos de América



T = No hay restricción de la longitud total en ningún estado excepto Utah

Restricciones²²

California

En caminos federales:

- PE = 40 ft (12.19 m) máximo con semiremolque de 53 ft (16.15 m) con eje tandem
- PE = 38 ft (11.58 m) máximo con semiremolque de 53 ft (16.15 m) con eje sencillo

²² Code of Federal Regulations 23, Part 658. USA. (Código Federal de Regulaciones, Parte 658, Estados Unidos de América).

Illinois
PE = 42 ft 6 in (12.95 m) máximo con semiremolque de
más de 48 ft (14.63 m) de largo

Utah
• Longitud total máxima: 92 ft (28.04 m)

Nevada
• Longitud total máxima: 70 ft (21.33 m) cuando se usan
semiremolques de 53 ft (16.15 m) ó más
• No restricción con semiremolques de menos de 53 ft (16.15 m)

Restricción por semiremolque en Estados Unidos

- 53 ft (16.15 m) ó más en 45 estados
- 48 ft (14.63 m) máximo en 4 estados
- 45 ft (13.72 m) máximo en Hawai

2.4.3.2.1.3. Límites máximos de dimensiones en Canadá

Regulación por el largo del semiremolque:²³

- En 7 provincias el largo permisible por semiremolque es de 53 ft (16.15 m)
- En 4 provincias el largo permisible por semiremolque es de 48 ft (14.63 m)
- En 1 provincia el largo permisible por semiremolque es de 45 ft (13.72 m)

También se regula el largo permisible:

- En 9 provincias la longitud total de defensa a defensa es de 23 m
- En 3 provincias la longitud total de defensa a defensa es de 25 m

²³ ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996, México, 1997, p. 227

2.5. Transporte terrestre

El uso principal de los vehículos de autotransporte es el transporte terrestre de carga y de pasaje. Por ello, las disposiciones del TLCAN respecto al transporte terrestre tienen una gran trascendencia para la industria fabricante de vehículos de autotransporte en México, ya que la demanda de vehículos de autotransporte que cumplan con las normas ambientales y de seguridad de Estados Unidos y Canadá, también se verá afectada por el calendario de liberalización del servicio de camiones y autobuses entre México y Estados Unidos bajo el TLCAN.

El TLCAN establece un calendario para la remoción de barreras a la prestación de servicios de transporte terrestre entre México, Canadá y Estados Unidos, y para el establecimiento de normas técnicas y de seguridad compatibles sobre transporte terrestre. El Tratado prevé un aumento gradual de la competencia en el servicio transfronterizo a fin de proporcionar igualdad de oportunidades en el mercado de transporte terrestre de América del Norte. Las disposiciones acordadas tienen el objetivo de garantizar que las industrias de transporte terrestre de los tres países alcancen mayor competitividad, sin quedar en desventaja durante el período de transición hacia el libre comercio.

2.5.1. Servicio de camiones y autobuses entre México y Estados Unidos bajo el TLCAN

Las provisiones del Capítulo XII del TLCAN referentes al Comercio Transfronterizo de Servicios, y sus anexos relativos, establecen las bases para la apertura de la frontera entre México y Estados Unidos a los servicios de camiones y autobuses provenientes de los tres países miembros del TLCAN. Específicamente, el Artículo 1212 "Anexo Sectorial" y el Anexo 1212 "Transporte Terrestre" junto con el Anexo 1 "Reservas y Excepciones a los capítulos de Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios y Servicios Financieros" (Capítulos XI, XII y XIV) en relación con el Sector "Transporte" y el Subsector

"Transporte Terrestre" son los principios básicos antes señalados. El calendario de liberalización establecido en los artículos y anexos anteriormente especificados puede resumirse de la manera como se indica a continuación.²⁴

2.5.1.1. Anexo I -- Estados Unidos

A. A partir del 18 de diciembre de 1995 (Tres años después de la firma del TLCAN)

A.1.a. Servicio de Carga. Las personas de México podrán obtener una autorización para proporcionar los servicios de transporte transfronterizo de carga de y hacia los estados fronterizos (California, Arizona, Nuevo México y Texas) permitiéndoseles entrar y salir de Estados Unidos a través de diferentes puntos de entrada.

A.1.b. Servicio de Pasaje.

A.2. Inversión. Las personas de México podrán tener hasta un 100% de participación de una entidad estadounidense que proporcione servicios de transporte para la distribución de carga internacional, entre puntos en el territorio de Estados Unidos. Sin embargo, la entidad no podrá involucrarse en el transporte de carga doméstica en el interior de los Estados Unidos.

B. A partir del 1º de enero del año 2000 (seis años después de la fecha de entrada en vigor del TLCAN)

Las personas de México podrán obtener una autorización para proporcionar los servicios transfronterizos de transporte de carga de y hacia cualquier punto en los Estados Unidos.

²⁴HOFFMAN, Kenneth R. Truck Transportation Service Between the United States and Mexico Under NAFTA. Hoffman & Stephens, P. C., Austin, Texas. <http://www.nafta.net/tradelaw/nafta/nkig.htm>. Last updated 12/14/95

C. Debido a que se requiere de autorización para operar de la Comisión Interestatal de Comercio (ICC, Interstate Commerce Commission) en la prestación de servicios interestatales, de transporte en autobús o camión dentro del territorio de los Estados Unidos y a que los Estados Unidos mantienen una moratoria a las nuevas autorizaciones para las personas de México, esta moratoria tiene el efecto de ser una restricción a la inversión debido a que las empresas estadounidenses que son controladas por personas de México no tienen la posibilidad de obtener la autorización de la ICC para operar carga internacional entre puntos de los Estados Unidos. Sin embargo, esta medida no afecta de ninguna manera a los servicios transfronterizos de transporte de carga descritos en el punto "A", inciso "Servicios", y en el punto "B" anteriormente señalados.

2.5.1.2. Anexo I -- México

A. A partir del 18 de diciembre de 1995 (Tres años después de la firma del TLCAN)

A.1.a. Servicio de Carga. Las personas de Canadá o de los Estados Unidos estarán autorizadas para prestar los servicios transfronterizos de carga desde o hacia el territorio de los estados fronterizos (Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas) y a tales personas se les permitirá entrar y salir de México a través de diferentes puertos de entrada en tales entidades federativas.

A.1.b. Servicio de Pasaje. Las personas de Canadá o de los Estados Unidos estarán autorizadas para prestar los servicios transfronterizos de autobús con itinerario fijo de o hacia el territorio de México.

A.2. Inversión. Las empresas establecidas o por establecerse en el territorio de México que presten servicios de transporte interurbano de pasajeros, de transporte turístico o de transporte de carga internacional entre puntos en el territorio de México, los inversionistas de Canadá o Estados Unidos y sus inversiones sólo podrán adquirir, directa o indirectamente hasta un 49 por ciento de la participación en tales empresas. Sin embargo, la entidad no podrá

involucrarse en los servicios domésticos de transporte de camión o autobús entre dos puntos del territorio de México.

**B. A partir del 1º de enero del año 2000
(seis años después de la fecha de entrada en vigor del TLCAN)**

B.1. Servicio. Las personas de Canadá o de los Estados Unidos estarán autorizadas para prestar los servicios transfronterizos de carga de o hacia cualquier punto del territorio mexicano.

B.2. Inversión. Sin cambio

**C. A partir del 1º de enero de año 2001
(siete años después de la fecha de entrada en vigor del TLCAN)**

C.1. Servicio de carga y de pasaje. Sin cambio

C.2. Inversión. Las empresas establecidas o por establecerse en el territorio de México que presten servicios de transporte interurbano de pasajeros, de transporte turístico o de transporte de carga internacional entre puntos en el territorio de México, los inversionistas de Canadá o Estados Unidos y sus inversiones sólo podrán adquirir, directa o indirectamente hasta un 51 por ciento de la participación en tales empresas. Sin embargo, la entidad no podrá involucrarse en los servicios domésticos de transporte de camión o autobús entre dos puntos del territorio de México.

**D. A partir del 1º de enero del año 2004
(diez años después de la fecha de entrada en vigor del TLCAN)**

D.1. Servicio de carga y de pasaje. Sin cambio.

D.2. Inversión. Las empresas establecidas o por establecerse en el territorio de México que presten servicios de transporte interurbano de pasajeros, de transporte turístico o de transporte de carga internacional entre puntos en el territorio de México, los

inversionistas de Canadá o Estados Unidos y sus inversiones podrán adquirir, directa o indirectamente hasta el 100 por ciento de la participación en tales empresas. Sin embargo, la entidad no podrá involucrarse en los servicios domésticos de transporte de camión o autobús entre dos puntos del territorio de México.

E. Sólo las personas físicas de nacionalidad mexicana y las empresas mexicanas con cláusulas de exclusión de extranjeros, utilizando equipo registrado en México y con conductores de nacionalidad mexicana podrán obtener permiso para prestar servicios de camión y autobús para transportar bienes y pasajeros entre dos puntos en el territorio de México. Esta medida tiene el claro efecto de ser una restricción a la inversión debido a que las empresas estadounidenses no tienen la posibilidad de obtener la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para operar carga internacional entre dos puntos de México. Sin embargo, esta medida no afecta de ninguna manera a los servicios transfronterizos de transporte de carga y de pasaje descritos en los puntos A.1.a, A.1.b, y en el punto B.1 anteriormente señalados.

Capítulo III.

La industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México: descripción y desempeño

3.1. Introducción

Este capítulo tiene por objeto analizar el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996. A fin de conocer qué empresas integran la industria fabricante de vehículos de autotransporte y las principales características de los vehículos que venden, el capítulo inicia con una descripción de la industria. Una vez que se conocen las principales características de la industria, de sus integrantes y sus productos, entonces se analiza su desempeño. Los aspectos que se consideran para este fin son la inversión extranjera en la industria, la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y los niveles de empleo en la industria. Finalmente, el análisis del desempeño reciente de la industria fabricante de vehículos de autotransporte se complementa con un breve análisis de las perspectivas del sector para el periodo de 1997 al año 2001, con el cual concluye el capítulo.

3.2. Descripción de la industria

Esta parte del capítulo tiene por objeto conocer las principales características de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Por ello, esta sección inicia con una explicación sobre la clasificación de los vehículos de autotransporte a través de la cual es posible identificar las características que distinguen a los vehículos de autotransporte de los vehículos automotores, como son su peso bruto vehicular y las actividades económicas en las que se utilizan. La explicación de las características físicas y de utilización de los vehículos de autotransporte permite señalar también su importancia en la economía. Posteriormente, se habla acerca de las empresas que producen los vehículos de autotransporte. Para ello, se definen los requisitos que marca el TLCAN para que una empresa sea considerada como fabricante de vehículos de autotransporte, y se reseñan algunos de los antecedentes y las actividades de las principales empresas fabricantes establecidas en México. De manera complementaria, se presenta una sección acerca de la capacidad de producción de las principales empresas fabricantes establecidas en el país. Finalmente, la descripción de la industria concluye con una síntesis acerca de los antecedentes, formación y actividades de la ANPACT, que es la asociación que representa a las principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México.

3.2.1. Clasificación de los vehículos de autotransporte

La producción de vehículos de autotransporte se puede clasificar según tres criterios. El primer criterio es una segmentación por clases establecida de acuerdo al peso bruto vehicular (PBV) y que se realiza en Estados Unidos y Canadá. El segundo criterio también se basa en el peso bruto vehicular de los vehículos, aunque su principal importancia radica en que es la clasificación que se establece en las definiciones mexicanas del apéndice 300-A-2 del TLCAN. Finalmente, el tercer criterio toma como base de referencia las características de la demanda, es decir, el uso que se les da generalmente a los camiones pesados.

3.2.1.1. Por clases

La clasificación por clases es la siguiente:²⁵

Peso Bruto Vehicular		Clase
Libras	Kilogramos	
6,000 ó menos	2,721 ó menos	1
6,001 a 10,000	2,722 a 4,536	2
10,001 a 14,000	4,537 a 6,350	3
14,001 a 16,000	6,351 a 7,257	4
16,001 a 19,500	7,258 a 8,845	5
19,501 a 26,000	8,846 a 11,793	6
26,001 a 33,000	11,794 a 14,968	7
33,001 ó más	14,969 ó más	8

Debe recordarse que el Peso Bruto Vehicular es el peso real del vehículo expresado en libras o en kilogramos, sumado al de su máxima capacidad de carga conforme a las especificaciones del fabricante y al de su tanque de combustible lleno.²⁶

3.2.1.2. Según el TLCAN

Las definiciones mexicanas del apéndice 300-A-2 del TLCAN establecen que existen dos tipos de vehículos: los automotores y los de autotransporte. Las empresas de la industria terminal fabrican vehículos automotores, y las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte producen, como su nombre lo indica, vehículos de autotransporte.

²⁵ ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996. México, 1997, 256 pags.

²⁶ SECOFI, Poder Ejecutivo. Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte. Diario Oficial de la Federación, lunes 11 de diciembre de 1989, pg. 11-16.

Esta aclaración aparentemente evidente es necesaria porque dentro del concepto de vehículos automotores se incluye, además de los automóviles y de los automóviles compactos de uso popular, a los camiones comerciales, ligeros y medianos. Estos tres tipos de camiones tienen características similares a los vehículos de autotransporte, pero a diferencia de los vehículos de autotransporte, su peso no excede los 8,864 kilogramos y su producción esta dominada por las empresas armadoras de autos, por lo que no son el objeto de estudio del presente trabajo. La clasificación de los camiones comerciales, ligeros y medianos se ha incluido dentro de esta sección porque de esta manera es posible relacionar la clasificación por clases tanto con los vehículos de autotransporte como con los camiones comerciales, ligeros y medianos. Además, de esta forma se hacen más evidentes las diferencias entre los camiones comerciales, ligeros y medianos y los vehículos de autotransporte, lo cual contribuye a identificar de una mejor manera a los vehículos de autotransporte que, como se recordará, son el principal objeto de estudio de presente trabajo.

a) Los camiones comerciales, ligeros y medianos se clasifican de la siguiente manera:

- i. Camiones comerciales, son vehículos con o sin chasis, destinados para el transporte de mercancías o de más de diez personas, con un peso bruto vehicular de hasta 2,727 kg (*equivalentes principalmente a la Clase 1*), y que se clasifica en las fracciones 8702.10, 8702.90.02, 8702.90.03, 8703.21 a la 8703.33, 8703.90.99, 8704.21.99, 8704.31.99, 8705.20.01, 8705.40.01, 8706.00.01 a 8706.00.99 de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación;
- ii. Camiones ligeros, son vehículos con o sin chasis, destinados para el transporte de mercancías o de más de diez personas, con un peso bruto vehicular de más de 2,727 kg pero no mayor a 7,272 kilogramos (*equivalentes principalmente a las Clases 2, 3 y 4*), y que se clasifica en las fracciones 8702.10, 8702.90.02, 8702.90.03, 8704.21.99, 8704.22.99, 8704.31.99, 8704.32.99,

8705.20.01, 8705.40.01, 8706.00.01 u 8706.00.99 de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación;

- iii. Camiones medianos, son vehículos con o sin chasis destinados para el transporte de mercancías o de más de diez personas, con un PBV de más de 7,272 kilogramos pero no mayor a 8,864 kilogramos (*equivalentes principalmente a la Clase 5*), y que se clasifica en las fracciones 8702.10, 8702.90.02, 8702.90.03, 8704.22.99, 8704.32.99, 8705.20.01, 8705.40.01, 8706.00.01 u 8706.00.99 de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación;
- b) Los vehículos de autotransporte son vehículos de uno de los siguientes tipos, correspondientes generalmente a las Clases 6, 7 y 8:
- i. Un vehículo sin chasis, con una carrocería integrada, destinado para el transporte de más de diez personas, con un peso bruto vehicular de más de 8,864 kilogramos, y que se clasifica en las fracciones 8702.10.02, 8702.90.03, 8705.20.01 u 8705.40.01 de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación;
 - ii. Un vehículo con chasis destinado para el transporte de mercancías o de más de diez personas, con un peso bruto vehicular de más de 8,864 kilogramos, y que se clasifica en las fracciones 8702.10.01, 8702.90.02, 8704.22.99, 8704.23.99, 8704.32.99, 8705.20.01, 8705.40.01 u 8706.00.99 de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación;
 - iii. Un vehículo con dos o tres ejes, con equipo integrado o destinado para el transporte de mercancías mediante el arrastre de remolques o semiremolques, y que se clasifica en las fracciones 8701.20.01, 8705.20.01, 8705.40.01 u 8706.00.99 de la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación.

3.2.1.3. Por segmentos

Los segmentos que integran el mercado de vehículos de autotransporte, y que se definen de acuerdo a las características de la demanda, son los siguientes:

- i. Camiones pesados, que incluye camiones clase 6, 7 y 8 (excepto tractocamiones). Los camiones clase 6 son vehículos cuya principal aplicación es el transporte urbano de reparto de mercancías. Los camiones clase 7 son vehículos con aplicaciones muy variadas, como la construcción, minería, transporte de mercancía en las ciudades y recorridos cortos en carreteras. Los camiones clase 8 se dividen en tres segmentos: camiones, tractocamiones quinta rueda, y segmento de construcción y otras actividades.
- ii. Tractocamiones quinta rueda, se utilizan para el transporte de carga de gran volumen por las carreteras federales, por lo cual reflejan el comportamiento de la actividad económica.
- iii. Chasis para pasaje, que normalmente se utilizan para carrocerías de microbuses y autobuses urbanos.
- iv. Autobuses integrales, que se componen de dos segmentos: foráneos y, urbanos y suburbanos.

3.2.2. Importancia de los vehículos de autotransporte

La importancia de los vehículos de autotransporte se puede valorar principalmente desde dos puntos de vista. Por una parte, es posible conocer la importancia de las ventas de vehículos de autotransporte respecto a las ventas de los diversos tipos de unidades vendidas en México por el conjunto de la industria automotriz; y por otra parte, se puede hacer referencia a la importancia de los vehículos de autotransporte en el transporte de carga y de pasajeros a nivel nacional.

En 1996, las ventas de camiones comerciales, ligeros y medianos, más las ventas de vehículos de autotransporte, representaron el 41.22% del total de automóviles, camiones comerciales, ligeros y medianos, y vehículos de autotransporte vendidos en México tanto por la industria terminal como por la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Sin embargo, las ventas de vehículos de autotransporte sólo representaron el 6.70% de las ventas de camiones comerciales, ligeros y medianos en el mismo año de referencia. En consecuencia, las ventas de vehículos de autotransporte sólo representaron el 2.59% del total de automóviles, camiones comerciales, ligeros y medianos, y vehículos de autotransporte vendidos en México tanto por la industria terminal como por la industria fabricante de vehículos de autotransporte.²⁷

En efecto, la comparación de las ventas de vehículos de autotransporte con las ventas de los diversos tipos de unidades vendidas en México por el conjunto de la industria automotriz no es la mejor manera de mostrar la importancia de los vehículos de autotransporte porque los vehículos de autotransporte se utilizan para realizar actividades completamente diferentes a las que se realizan con los automóviles, camiones comerciales, ligeros y medianos.

Por ello, la mejor manera de mostrar la importancia real de los vehículos de autotransporte en la economía es haciendo referencia a las actividades en las cuales se emplean los vehículos de autotransporte. Como se puede observar en la clasificación por segmentos del mercado de vehículos de autotransporte, la principal utilización de los vehículos de autotransporte es el transporte de carga y de pasajeros. Para conocer la importancia de los vehículos de autotransporte en el transporte de carga y de pasajeros a nivel nacional es necesario considerar dos factores. Por una parte, que los vehículos de autotransporte movilizan la mayor parte del volumen de carga y del número de pasajeros que viajan por la autopistas y carreteras del país. Y por otra parte, que según cifras de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes correspondientes al periodo de 1984

²⁷ Cifras de elaboración propia en base a datos de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) y de la ANPACT.

a 1994, en México se transportó por carretera el 59.1% del total del volumen de carga y el 97.8% del total de pasajeros.²⁸ Si se consideran los dos factores antes mencionados, entonces es posible tener una visión objetiva de la función que desempeñan los vehículos de autotransporte en la economía, de la cual se deriva la importancia de la producción y venta de vehículos de autotransporte.

3.2.3. Las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte

Hasta ahora se han explicado únicamente las principales características y la importancia de los vehículos de autotransporte. Por ello, para continuar con la descripción de las principales características de la industria fabricante de vehículos de autotransporte, en esta sección se define qué es una empresa fabricante de vehículos de autotransporte y cuáles son las principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México. Para ello, se hace referencia tanto a la definición de empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecida en el TLCAN, como a las definiciones anteriores a las del Tratado. Finalmente, se reseñan algunos de los antecedentes y las actividades de las principales empresas fabricantes establecidas en México.

3.2.3.1. Definiciones

Para definir qué es una empresa fabricante de vehículos de autotransporte es necesario hacer referencia al texto del TLCAN. Sin embargo, antes de definir los requisitos que marca el TLCAN para que una empresa sea considerada como fabricante de vehículos de autotransporte en la actualidad, se estudiarán las diferentes denominaciones que se habían utilizado para hacer referencia a las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte hasta antes de la entrada en vigor del TLCAN.

²⁸ GRUPO FINANCIERO BANCOMER "Transporte: Análisis Sectorial", Informe Económico, México, febrero de 1996, págs. 35-44.

3.2.3.1.1. Definiciones anteriores al TLCAN

La denominación de "fabricante de vehículos de autotransporte" manejada en el texto del TLCAN tiene como antecedente el término de "industria manufacturera de vehículos de autotransporte" que apareció por primera vez en el marco regulatorio de la industria automotriz en México en el texto del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte de diciembre de 1989. Anteriormente, tanto el Decreto para el Fomento de la Industria Automotriz de junio de 1977 como el Decreto para la Racionalización de la Industria Automotriz de septiembre de 1983 incluían dentro de la definición de "industria terminal" tanto a los fabricantes de automóviles como a los fabricantes de camiones, tractocamiones y autobuses integrales.

En efecto, el concepto de "industria terminal" fue inicialmente mencionado en el Decreto que Fija las Bases para el Desarrollo de la Industria Automotriz de octubre de 1972, pero la definición de industria terminal apareció hasta el Decreto para el Fomento de la Industria Automotriz de junio de 1977. En este Decreto, la fracción VI del artículo 1º definía a la industria terminal como "los fabricantes nacionales de automóviles, camiones, tractocamiones, autobuses integrales o tractores, que realizan el ensamble final de estos vehículos utilizando componentes de producción nacional, tanto propios como de la industria de autopartes, complementados con componentes de importación". De igual forma, la fracción XX del artículo 2º del Decreto para la Racionalización de la Industria Automotriz de septiembre de 1983 definía a la industria terminal como "el conjunto de las empresas establecidas en el país, fabricantes de automóviles, camiones, tractocamiones y autobuses integrales, que realizan el ensamble final de estos vehículos".

Como se puede observar, tanto el Decreto de 1977 como el de 1983 incluyen dentro de la industria terminal a los fabricantes de automóviles así como a los fabricantes de camiones, tractocamiones y autobuses integrales. Sin embargo, el Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Automotriz de diciembre de 1989

definió a la industria terminal simplemente como el "conjunto de empresas establecidas en el país, que fabriquen o que realicen el ensamble final de los vehículos automotores que a continuación se listan". Dichos vehículos automotores eran los siguientes: automóvil, automóvil compacto de consumo popular, camión comercial, camión ligero y camión mediano. Como se puede observar, la definición de industria terminal del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Automotriz de diciembre de 1989 ya no consideraba a los fabricantes de camiones, tractocamiones y autobuses integrales dentro de la industria terminal. Esto se debió, como lo señala Fernández Pérez, a que "en 1989 se emitieron por primera vez -reconociendo las diferencias en los procesos productivos, en la capacidad de exportación y en los mercados a los cuales abastece- dos marcos regulatorios distintos para cada uno de los sectores que conforman la industria automotriz mexicana."²⁹

El Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Automotriz, que a partir de entonces fue llamado "Decreto Automotriz", estableció el marco regulatorio para la producción e importación de automóviles y camiones ligeros con peso bruto vehicular de hasta 8.8 toneladas. Por su parte, el Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte, que a partir de entonces fue llamado "Decreto de Autotransporte", estableció el marco regulatorio para la producción e importación de camiones pesados de más de 8.8 toneladas, autobuses integrales y tractocamiones.³⁰

A pesar de que la industria terminal (fabricante de vehículos automotores) y la industria fabricante de vehículos de autotransporte (fabricante de vehículos de autotransporte) ya tenían un marco regulatorio diferente, tanto en el texto del Decreto de Autotransporte

²⁹ FERNÁNDEZ P., Manuel. "Regulaciones en Materia Automotriz". Lo negociado del TLC, p. 95-125.

³⁰ idem

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

EST
SA

FE
A

como en el del Acuerdo que Establece Reglas de Aplicación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de noviembre de 1990, se siguió utilizando el término de "industria terminal" para hacer referencia a las empresas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. En efecto, la fracción III del artículo 2o. del Decreto de Autotransporte definió a la "industria terminal" como el "conjunto de las empresas registradas ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial que operan a la fecha de este decreto en el país y que incorporen en sus ventas al menos el 40 por ciento de valor agregado nacional". Adicionalmente, la fracción II de la primera regla del Acuerdo que Establece Reglas de Aplicación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte, definió a las "empresas de la industria de autotransporte", como "las empresas de la industria terminal y las personas físicas o morales que estén registradas ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial como fabricantes o importadores de vehículos de autotransporte".

Como se puede deducir de lo hasta ahora expuesto, la definición de "industria terminal" del Decreto Automotriz excluía a los fabricantes de vehículos de autotransporte, mientras que la definición de "industria terminal" del Decreto de Autotransporte era una definición más amplia que la del Decreto Automotriz y que incluía, en rigor, tanto a los fabricantes de vehículos automotores como a los fabricantes de vehículos de autotransporte. Afortunadamente, en el texto final del TLCAN se eliminó completamente la ambivalencia del término "industria terminal" y sólo se otorgó esta denominación a los fabricantes de vehículos automotores, mientras que el término de "fabricante de vehículos de autotransporte" se aplicó exclusivamente a los productores de vehículos de autotransporte.

3.2.3.1.2. Definición del TLCAN

El Anexo 300-A del TLCAN define a los fabricantes de vehículos de autotransporte de la siguiente manera:

Fabricante de vehículos de autotransporte es una empresa operando en México, constituida u organizada de conformidad con la legislación mexicana y:

- (a) que está registrada ante SECOFI;
- (b) que produce vehículos de autotransporte en México; y
- (c) cuyo:
 - i. valor total de facturación por concepto de ventas de vehículos de autotransporte y partes de autotransporte, que produce en México; menos
 - ii. el valor total de facturación de las ventas de partes de autotransporte importadas directamente, más el valor del contenido importado de las partes de autotransporte que adquiere en México,

es igual a por lo menos 40% del valor total de facturación por concepto de ventas de vehículos de autotransporte y partes de autotransporte que la empresa produce en México. (*)

(*) Según la ANPACT, la versión original está equivocada. Debe decir:

- ii. el valor total de facturación de partes de autotransporte importadas directamente por la empresa, más el valor del contenido importado de partes de autotransporte que se adquiere en México,

es igual a por lo menos 40% del valor total de facturación por concepto de ventas de vehículos de autotransporte y partes de autotransporte que la empresa produce en México.

La definición de empresa fabricante de vehículos de autotransporte establecida en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte coincide con las disposiciones del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Automotriz de diciembre de 1989 y con las del Acuerdo que Establece Reglas de Aplicación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte de noviembre de 1990. De hecho, la expresión algebraica del inciso (c) de la definición del Tratado se encuentra claramente establecida en las reglas séptima a décima tercera del mencionado Acuerdo, que establecen lo siguiente:

Según la regla séptima del Acuerdo, las empresas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte deben cumplir con la siguiente fórmula:

$$(1) \quad \frac{VAN}{VTV} \leq 0.4$$

donde:

VAN = Valor agregado nacional de la empresa
VTV = Valor de la facturación por concepto de ventas al mercado nacional como al de exportación de productos automotrices fabricados por la empresa

La octava regla del Acuerdo establece que el cálculo del valor agregado nacional se realizará aplicando la siguiente fórmula:

$$(2) \quad VAN = VTV - ID - IP$$

donde:

ID = Valor total de las importaciones directas, temporales y definitivas, incorporadas en los productos automotrices que la empresa de la industria terminal fabrique, antes de derechos e impuestos internos, excluyendo refacciones
IP = Valor total de las importaciones incorporadas

en los componentes que la empresa de la industria terminal adquiriera de sus proveedores de componentes

La novena regla del Acuerdo especificaba que el valor de las importaciones de vehículos de autotransporte que la empresa de la industria terminal realice, no deberá exceder del valor agregado nacional calculado conforme a la octava regla.

Por su parte, la décima regla del Acuerdo establecía que para el cálculo del "IP", cada uno de los proveedores de componentes deberá proporcionar a la empresa de la industria terminal el factor "A", que determina el porcentaje que representa el valor agregado nacional incorporado en sus ventas, de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$(3) \quad A = \frac{VP - IDp - IPP}{VP}$$

donde:

- A = Factor "A"
- VP = Valor de la facturación de componentes por concepto de ventas del proveedor (destinados a equipo original) a la empresa de la industria terminal que abastezca, excluyendo refacciones
- IDp = Valor de las importaciones directas, temporales y definitivas, de materias primas, y de componentes que utilice el proveedor en la fabricación de componentes incorporados en el "VP"
- IPP = Valor del contenido importado de los insumos que adquiere el proveedor de sus propios proveedores, que se utilicen en la fabricación de componentes incorporados en el "VP"

La décima primera regla del Acuerdo prevé que en caso de que la empresa de la industria terminal o los proveedores de componentes no conozcan el factor "A" de sus propios proveedores, deberá considerarse igual a 0.3

La décima segunda regla del Acuerdo establece que para calcular el valor del contenido importado proveniente de sus proveedores de componentes (IP), la empresa de la industria terminal multiplicará el factor "A" restado de la unidad, por el valor factura de los componentes que adquiera de ellos, conforme a la siguiente fórmula:

$$(4) \quad IP = \sum_{i=1}^m [(1 - A_i) V_{Pi}]$$

donde:

- $\sum_{i=1}^m$ = La suma de los resultados de aplicar $[(1 - A_i) V_{Pi}]$ a cada una de las empresas de la industria terminal o proveedores, desde la primera ($i = 1$) hasta la última (m)
- A_i = El factor "A" del proveedor (i)
- V_{Pi} = El "VP" del proveedor (i)

Finalmente, la regla décimo tercera del Acuerdo especifica que para todas las operaciones de comercio exterior, tratése de proveedores de componentes o de empresas de la industria terminal, las exportaciones se considerarán LAB (libre a bordo) puerto o lugar de salida. Sólo en caso de que los fletes o seguros se contraten con compañías mexicanas, su importe se tomara en cuenta como parte integrante del valor de las exportaciones.

Asimismo, para las importaciones deberá considerarse el valor de factura LAB puerto o lugar de entrada. Cuando los fletes o seguros se contraten con compañías mexicanas, el importe de estos se restará del valor de las importaciones.

3.2.3.2. Principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México

Esta sección tiene por objeto conocer cuáles son las principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México, para lo cual se reseñan algunos de sus antecedentes y actividades. Como parte de los antecedentes de las empresas, se consideran diversas referencias y datos históricos de las compañías, mientras que entre las actividades de las empresas se incluyen algunas noticias recientes sobre las asociaciones estratégicas, alianzas tecnológicas y algunos de los proyectos a corto plazo de las empresas participantes en el mercado mexicano. A fin de complementar toda esta información y de facilitar la posibilidad de que el lector pudiera establecer un contacto directo con las diferentes empresas, se proporcionan también las direcciones y teléfonos de las oficinas administrativas y/o de la planta fabricante de cada empresa, y en los casos en los que la empresa tiene algunas páginas de WWW en internet, también se proporciona la referencia de su ubicación en la red.

La información que se presenta a lo largo de esta sección es el resultado de una recopilación de información proveniente de diferentes fuentes acerca de las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte. Sin embargo, es necesario mencionar que aunque la búsqueda de información fue lo más extensa posible, en algunos casos no fue posible obtener toda la información que se hubiera querido acerca de cada empresa ya sea porque no existía gran cantidad de información acerca de alguna empresa en específico, o porque, a pesar de los esfuerzos repetidos, la empresa no accedió a proporcionar más información.

Entre 1993 y 1996 hubo 14 compañías que tuvieron ventas por lo menos en alguno de los años de este período. De estas, se presenta información de 11 empresas, las cuales son Consorcio "G" Grupo Dina, S.A. de C.V., Fábrica Nacional de Autobuses, Kenworth Mexicana, S.A. de C.V., Mercedes-Benz México, S.A. de C.V., Mexicana de Autobuses, S.A. de C.V., Omnibuses Integrales, S.A. de C.V., Chasises y Autopartes Oshmex, S.A. de C.V., Scania de

México, S.A. de C.V., Trailers de Monterrey, S.A., Volvo Trucks de México, S.A. de C.V., y Víctor Patrón, S.A. de C.V. Adicionalmente a estas 11 empresas que tuvieron ventas por lo menos en alguno de los años del período de 1993 a 1996, también se presenta información acerca de Navistar International Corporation de México, S.A. de C.V., que es una de las nuevas empresas en el mercado, y de la cual hasta 1996 la ANPACT no tenía ningún registro estadístico de sus ventas.

Como se puede observar, esta sección presenta información de las compañías más representativas de la industria fabricante vehículos de autotransporte establecida en México. Sin embargo, falta información de 3 empresas que tuvieron ventas por lo menos en alguno de los años del período de 1993 a 1996, las cuales son Chrysler de México, S.A. de C.V., Ford Motor Co., S.A. de C.V., y General Motors de México, S.A. de C.V. Cabe aclarar que aunque no se proporciona información sobre los antecedentes y las actividades de las tres empresas antes mencionadas, las estadísticas de este trabajo incluidas en la sección sobre las ventas de la industria sí incluyen todos los datos referentes a ellas, por lo que sólo se trata de una omisión de sus antecedentes y actividades. Se decidió no incluir información sobre los antecedentes y las actividades de las empresas Chrysler, Ford y General Motors debido principalmente a dos causas. Por una parte, porque Chrysler, Ford y General Motors tienen su principal ámbito de actividad en la producción de vehículos automotores, por lo que, a pesar de vender algunos tipos de vehículos de autotransporte, no son empresas representativas del sector. Por otra parte, no se incluyó información de los antecedentes y actividades de Chrysler, Ford y General Motors porque la literatura y la información disponible acerca de estas tres empresas es mucho más extensa que aquella que hace referencia a las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte y que son el objeto de estudio de esta investigación, por lo que se ha querido evitar reproducir información a la que ya se ha hecho referencia en otros estudios acerca de la industria automotriz mexicana.

A continuación se presentan los antecedentes históricos y las actividades recientes de las principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México.

3.2.3.2.1. Consorcio "G" Grupo Dina, S.A. de C.V.

En Noviembre de 1989 Consorcio "G" Grupo Dina adquirió la empresa propiedad del gobierno mexicano "Diesel Nacional, S.A." fabricante de los productos de la marca Dina, privatizándola bajo su actual razón social. Adicionalmente, en 1994, Grupo Dina adquirió la empresa norteamericana Motor Coach Industries International (MCII). A mediados de 1995, adquirió también en Estados Unidos las empresas especializadas en distribución de refacciones para autobuses escolares y foráneos Billingsley Parts and Equipment y su filial 3-D Ranger que así conjuntarse con Universal Coach Parts, propiedad del Consorcio, lo convierten en el más importante proveedor de partes para autobuses en la Unión Americana. Consorcio "G" Grupo Dina es una empresa pública que cotiza en bolsa, tanto en México como en Nueva York.³¹

MCII es la división que cubre las actividades de Grupo Dina en Estados Unidos y Canadá. Para ello, las oficinas generales de MCII se encuentran en Phoenix, Arizona. Además, MCII tiene plantas de producción Des Plaines, Illinois, E.U.A., y en Winnipeg, Manitoba, Canadá. En el caso de México, las oficinas generales de Dina se encuentran en Ciudad Sahagún, Hidalgo, en donde también se localiza su planta de producción. Dina y MCII tienen sus oficinas corporativas en Guadalajara, Jalisco, México. Además de MCII y Dina, otras empresas del Grupo son Arrendadora Financiera Dina y Dinafin, así como Plásticos Automotrices Dina. A través de la Arrendadora Financiera Dina, Grupo Dina proporciona el servicio de arrendamiento financiero de vehículos de autotransporte, aunque sus planes de financiamiento no se limitan únicamente a los vehículos. Por su parte, Plásticos Automotrices Dina es una empresa que en principio fue creada para satisfacer los requerimientos de partes automotrices de Dina, pero cuyo crecimiento le ha permitido incursionar como proveedor de productos plásticos para otras industrias, como la de la construcción.³²

³¹ Folleto corporativo de Consorcio "G" Grupo DINA

³² idem

Entre las actividades del Grupo Dina de 1993 a 1996 dentro de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México destaca que en septiembre de 1994, poco después de la adquisición de MCH, Consorcio G Grupo Dina había concluido con éxito las negociaciones con la firma automotriz Fiat de Italia para constituir un joint-venture que permitiría a ambas empresas fabricar automóviles modelo Fiat Uno en México, a fin de restarle mercado al modelo "Sedán" de Volkswagen. Para ello, Grupo Dina utilizaría la infraestructura que posee para ensamblar autos y que es la misma que dejó Renault antes de abandonar sus operaciones en México en 1986 a causa del Decreto Automotriz vigente. En la nueva empresa, Dina iba a controlar el 51% de las acciones y Fiat el 49% restante. La inversión se calculaba en 350 millones de dólares y se planeaba que el joint-venture estaría produciendo alrededor de 100 mil unidades en 1995. Sin embargo, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, el joint-venture entre Dina y Fiat se canceló.³³

Unos meses después, a partir de la difícil experiencia que provocó la caída del mercado mexicano en 1995, Dina decidió adoptar una estrategia que le permitiera diversificar sus mercados a fin de evitar su dependencia exclusiva del mercado mexicano, y en consecuencia, evitar también los altibajos que pudiera registrar la economía mexicana en futuro. Como resultado de este cambio de estrategia, a finales de 1996 Dina enfocó sus esfuerzos para iniciar operaciones en Argentina. De esta manera, Dina podrá participar no solo en el mercado argentino, sino también en el segmento de camiones de los demás países que, junto con Argentina, integran el Mercosur, es decir, Brasil, Paraguay y Uruguay. Para poder participar en los mercados de los países miembros del Mercosur, Dina debe iniciar operaciones en el alguno de los países miembros porque de otra forma el Mercosur es un mercado cerrado para las empresas establecidas en México ya que las exportaciones de vehículos de autotransporte realizadas desde México deben pagar impuestos muy altos. En agosto de 1996, Dina recibió la

³³ CELIS E., Diario "Dina invertirá con Fiat 350 mdd para producir autos", *El Financiero*, jueves 15 de septiembre de 1994, pg. 18

aprobación del gobierno argentino para iniciar sus operaciones en ese país. El objetivo de Grupo Dina es el de ensamblar unidades en Argentina mediante un proceso de creación de contenido local, conforme lo marcan las reglamentaciones argentinas aplicables a este sector y vender para el año 2001 o 2002 cinco mil unidades en ese mercado. Para este fin, Grupo Dina arrendó una planta cerca de Buenos Aires. No obstante, las operaciones de Dina en Argentina se iniciaron mediante la exportación de unidades completas desde México, por lo que en un principio, sólo algunos componentes se han instalado en Argentina. En efecto, al final de 1996, Dina ya había mandado las primeras 12 unidades terminadas a Argentina. Sin embargo, Dina deberá llegar a integrar un 50% de componentes locales para su tercer año de operaciones en Argentina, que además deberá incrementarse posteriormente hasta alcanzar el 55% de contenido local que exige la reglamentación del sector en ese país.³¹

Otra de las noticias recientes en torno a Grupo Dina es que en octubre de 1996 se anunció que después de más de ocho meses de negociaciones con la empresa norteamericana Mack Trucks (propiedad del grupo francés Renault) para que Mack fuera el proveedor de tecnología de la empresa mexicana, ambas empresas no lograron llegar a ningún acuerdo. Por ello, Grupo Dina inició desde entonces nuevas negociaciones con otras empresas extranjeras especializadas en diseño y tecnología, entre ellas, una filial de BMW llamada Design Works. Una de las razones por las que Dina no llegó a ningún acuerdo con Mack fue porque Dina realizó una evaluación técnica para conocer la rentabilidad de la asociación con Mack, y decidió que lo más conveniente para ella era desarrollar una tecnología propia y diseñar cabinas a costos accesibles; en otras palabras, Dina se inclinó del lado que le podría dejar mayores utilidades. Para lo anterior, Dina destinará entre 24 y 28 millones de dólares y será un proceso que llevará casi 17 meses, justo cuando termine el contrato de tecnología que tiene Dina con Navistar previsto para marzo de 1998.³²

³¹ MAYORAL J. Isabel. "Viaje en la estrategia de negocios de Dina". El Financiero, lunes 12 de agosto de 1996, pg. 17

³² DURÁN, José Antonio. "Autotips". El Financiero, jueves 31 de octubre de 1996, pg. 7A

Precisamente, el contrato de abastecimiento de tecnología que existe entre Dina y Navistar ha sido fuente de muchas de las últimas noticias en torno a Dina. Como se verá más detalladamente al hablar de la empresa Navistar International Corporation de México, durante varios años Navistar International Corporation de Estados Unidos mantuvo acuerdos para proveer y transferir tecnología a la empresa Dina Camiones. No obstante, Navistar tenía la intención de participar de una manera más directa en el mercado mexicano. Por ello, en 1995 estableció negociaciones con Dina a fin de evaluar la posibilidad de comprar la división de camiones de Dina. Sin embargo, las negociaciones entre Dina y Navistar terminaron sin ningún resultado. En consecuencia, Navistar anunció en febrero de 1996 que iba a comenzar a vender camiones en México, lo cual ha provocado muchas fricciones entre ambas compañías. Estas fricciones se deben principalmente a que el actual contrato de suministro de tecnología entre Navistar y Dina establece que si en algún momento Navistar quiere entrar a México de manera independiente, Navistar no puede ofrecer en un periodo determinado vehículos iguales o similares a los que vende Dina. Sin embargo, Navistar ha traído a México camiones que en apariencia son diferentes, pero que en realidad tienen las mismas características que los que Dina comercializa en el país.³⁶

Adicionalmente, al venir a México, Navistar contrató a algunos empleados clave de Dina, lo cual provocó que Grupo Dina interpusiera demandas en contra de sus exempleados ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y la Procuraduría General de la República, ya que Dina considera que todos ellos están aprovechando el conocimiento que adquirieron en Dina para impulsar el crecimiento de Navistar en México. El caso más ilustrativo de todos ellos es el del exdirector de compras de Dina. Evidentemente, este exfuncionario de Dina pone en dificultades a su antigua empresa pues sabe cuáles son los productos, partes y componentes que son esenciales para la competitividad de Dina, además de que también conoce los canales de distribución de Dina. En efecto, es muy posible que una de las consecuencias específicas del cambio de compañía de algunos de los

³⁶ DURÁN, José Antonio. "Continúan las fricciones entre Dina y Navistar", El Financiero, lunes 8 de julio de 1996, pg. 24A

que fueron altos funcionarios de Dina hasta hace unos años, haya sido el hecho de que 12 de los 23 distribuidores con que cuenta Navistar en 1997 salieron directamente de la red de distribuidores de Grupo Dina.³⁷

Como se puede observar, la compleja situación actual de Grupo Dina refleja de manera concreta el efecto que han tenido la creciente competitividad de la industria, la crisis de diciembre de 1994 y las estrategias de globalización en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. Si se considera que Grupo Dina es una de las empresas líderes del mercado de vehículos de autotransporte en México, el seguimiento de su situación resulta esencial para comprender el desempeño reciente de la industria.

Direcciones de Consorcio "G" Grupo Dina, S.A. de C.V.

Oficinas:
Tlacoquemécatl No. 41
Del piso 2 al 6
Col. Del Valle
México, D.F.
C.P. 03100
Teléfono: (5) 4 20 39 00

Planta:
Domicilio Conocido
Corredor Industrial, s/n
Ciudad Sahagún, Edo. de
Hidalgo
C.P. 43990
Teléfonos: (791) 3 29 00; y,
(791) 3 05 00

Dirección en Internet: http://www.motorcoach.ca/index_nf.htm

³⁷ CELIS E., Dario. "Corporativo". El Financiero. viernes 7 de marzo de 1997, pg 20.

3.2.3.2.2. Kenworth Mexicana, S.A. de C.V.

Kenworth Motor Truck Company fue fundada en Seattle en 1923 cuando la compañía Gersix Motor Company fue rebautizada como Ken-Worth, en honor de los dos principales accionistas: Harry Kent y Edgar Worthington.³⁸

En 1944, la compañía Pacific Car and Foundry compró Kenworth Motor Truck Company. En ese entonces, Pacific Car and Foundry se dedicaba principalmente a la fabricación de equipo de ferrocarril y de montacargas para tractores en la industria maderera. Sin embargo, después de la adquisición de Kenworth, Pacific Car and Foundry expandió aún más sus actividades en la fabricación de vehículos de autotransporte y en 1958 adquirió la compañía Peterbilt Motor Company.

Aunque Pacific Car and Foundry había comprado Kenworth Motor Truck Company en 1944, Kenworth había permanecido como una entidad independiente a Pacific Car and Foundry. Sin embargo, en 1956 Kenworth Motor Truck Company se convirtió oficialmente en una división de Pacific Car and Foundry.

³⁸ La información sobre Kenworth Mexicana se obtuvo de las siguientes fuentes:

- KENWORTH TRUCK COMPANY Kenworth History, www.kenworth.com/kw/pages/history.htm
- PACCAR INC. History of Paccar Inc., www.kenworth.com/corp/history.htm
- DURÁN, José Antonio. "Autotips". *El Financiero*, jueves 21 de diciembre de 1995, pg. 2A
- DURÁN, José Antonio. "Kenworth Mexicana aumentará su producción de vehículos". *El Financiero*, jueves 13 de junio de 1996, pg. 27A
- DURÁN, José Antonio. "Kenworth Mexicana cambiara el diseño a sus vehículos". *El Financiero*, lunes 7 de octubre de 1996
- DURÁN, José Antonio. "Autotips". *El Financiero*, jueves 21 de noviembre de 1996, pg. 10A
- ALIANZA AUTOMOTRIZ "Aerocab, exitoso lanzamiento de Kenworth Mexicana". *Alianza Automotriz*, Año 12, Núm. 217, marzo de 1997, Suplemento especial, pg. A-C

Cabe mencionar que el nombre de Pacific Car and Foundry se sustituyó por el de Paccar Inc. en 1972 ya que las actividades y productos de Pacific Car and Foundry se habían diversificado tanto que este nombre dejó de definir con precisión el conjunto de productos y actividades de toda la compañía. A partir de entonces, Pacific Car and Foundry se convirtió únicamente en una división más de Paccar Inc.

Hasta 1996, Paccar Inc. es el tercer fabricante de vehículos pesados a nivel mundial (después de Mercedes-Benz y Volvo) y fabrica vehículos de autotransporte bajo las marcas Kenworth, Peterbilt y Foden. Paccar tiene plantas en Estados Unidos, Australia, Inglaterra, Holanda, Bélgica y México. Las plantas de Paccar en Estados Unidos se localizan en Seattle, Washington; en Chillicothe, Ohio; y, en Renton, Washington. En Australia, Paccar tiene desde 1966 una planta de producción cerca de Melbourne. En Inglaterra, las actividades de Paccar iniciaron en 1981 a través de adquisición de Foden Trucks de Sandbach, Inglaterra. Más recientemente, en 1996, Paccar adquirió la compañía DAF Trucks N.V. de Holanda, la cual tiene plantas de ensamble en Eindhoven, Holanda, y Westerlo, Bélgica.

En México, Kenworth Motor Truck Company instaló en diciembre de 1959 una fábrica en Mexicali, Baja California. La entrada de Kenworth Motor Truck Company a México fue a través de la participación del 49% de las acciones de Kenworth Mexicana S.A. de C.V., que se convirtió en una compañía afiliada de Kenworth Motor Truck Company. En 1993, Paccar reafirmó su presencia en México con la compra del 55% del total de las acciones de la Organización Vilpac, S.A., de la cual ya formaba parte Kenworth Mexicana. Posteriormente, en agosto de 1995, Paccar adquirió la totalidad de las acciones de Vilpac, con lo cual Vilpac se convirtió en una compañía subsidiaria al 100% de Paccar Inc.

Hasta junio de 1996, la estructura de la Organización Vilpac agrupaba a las divisiones Kenfab, Kenere, Keneom, Kenmex y PacLease Mexicana. Kenfab es la división dedicada a la producción de partes

automotrices dentro de la Organización Vilpac; Kencre es la división de crédito de la Organización; Kencom agrupa las actividades de distribución de los productos fabricados por Vilpac; Kenmex es Kenworth Mexicana, o sea, la fábrica de vehículos de autotransporte, y PacLease Mexicana es una arrendadora financiera que ofrece planes de arrendamiento puro con mantenimiento incluido.

La importancia de Kenworth Mexicana dentro de la estrategia mundial de Paccar Inc. es que Paccar Inc. se ha propuesto aumentar su producción mundial de vehículos, por lo que se planea que la producción de Kenworth Mexicana cubra la demanda de Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela, Puerto Rico, Rusia e incluso parte de la demanda de Estados Unidos. Para ello, desde 1995 la planta de Kenworth Mexicana se encuentra en un proceso en el que se deberá pasar de un promedio de producción de 3 mil 500 unidades al año entre 1990 y 1994, a un total de 7 mil 500 unidades por año en un lapso de cinco años, es decir, antes de que llegue el nuevo siglo.

Los planes para el aumento de la producción de Kenworth Mexicana en los próximos años y de la gran cantidad de países cuya demanda se espera cubrir desde México se fundamentan en que Paccar Inc. considera que México es un país con una posición geográfica estratégica y en que la mano de obra mexicana hace muy costoso producir vehículos con calidad mundial, oportunidad en la entrega y costos reducidos. Un claro ejemplo de ello es que hasta 1997, Kenworth Mexicana es el único productor de los vehículos clase 7 producidos por Paccar Inc. a nivel mundial.

A fin de asegurar la calidad de los productos de Kenworth Mexicana, a finales de 1996 la compañía recibió la certificación ISO9001 en el diseño y manufactura de sus vehículos de autotransporte en la planta de Mexicali, Baja California. La certificación de Kenworth Mexicana fue otorgada por la empresa certificadora Société Générale de Surveillance (SGS), la cual es líder mundial en servicios de inspección, prueba y certificación. En el caso de las plantas de Kenworth Motor Truck Company en Estados Unidos, fue a finales de

1995 cuando todas las plantas de la compañía en ese país recibieron la certificación ISO9001.

Por otra parte, el aumento de la producción de la planta de Kenworth Mexicana en Mexicali también estará acompañado del aumento en el número de modelos que Kenworth Mexicana producirá y que ofrecerá en el mercado mexicano. Un ejemplo de ello son los camiones pesados Peterbilt. Hasta octubre de 1996, la producción de los camiones pesados Peterbilt sólo era para el mercado de exportación, pero a mediano plazo, estos productos también se venderán en México. Otro ejemplo es el de los tractocamiones T600 AeroCab.

En efecto, Kenworth Mexicana lanzó en febrero de 1997 el tractocamión AeroCab. El modelo AeroCab fue el primer tractocamión de Kenworth en combinar un diseño integral con una construcción modular, lo que permitió ofrecer a los conductores: una abertura completa entre cabina y dormitorio; una cabina-dormitorio separable y ligera que facilita las reparaciones; un manejo suave logrado gracias a la suspensión de aire en cabina; y, un diseño que es un 3% más aerodinámico que el tractocamión T600 que, como se mencionará más adelante, fue reconocido como el tractocamión más aerodinámico del mercado estadounidense. Las comodidades integradas al tractocamión AeroCab se deben en gran parte a que el modelo AeroCab fue el primer tractocamión diseñado con la asesoría del Consejo de Conductores de Kenworth. El Consejo de Conductores se formó en 1992 a partir de la adhesión al equipo de trabajo de Kenworth Motor Truck Company de más de 500 conductores profesionales provenientes de todos los Estados Unidos, quienes dedicaron una parte de su tiempo a asesorar y dar sugerencias a Kenworth para el diseño de nuevos vehículos.

El desarrollo de nuevas generaciones de vehículos tecnológicamente más avanzados que la generación anterior siempre ha sido una de las características de Kenworth a lo largo de su historia. En efecto, uno de los grandes logros de Kenworth se dio en 1933 cuando se convirtió en el primer fabricante norteamericano en incorporar motores a diesel como equipo estándar en sus unidades. Más recientemente, en 1995,

Kenworth Motor Truck Company fue reconocida con el "National Award for the Advancement of Motor Vehicle Research and Development" otorgado por el Departamento de Transporte de los Estados Unidos de América. El premio se otorgó a Kenworth por su tractocamión T600A, originalmente introducido al mercado norteamericano en 1985, y debido principalmente a su contribución en las áreas de eficiencia en el consumo de combustible y seguridad. Se calcula que, con respecto a los modelos convencionales no aerodinámicos que se hubieran producido si no se hubiera desarrollado el tractocamión T600, los 70,000 tractocamiones modelo T600 fabricados entre 1985 y 1995 significarán un ahorro de 1.25 mil millones de galones de combustible durante su vida útil. El tractocamión T600 es un vehículo concebido para recorridos largos y diversas aplicaciones en carretera.

Finalmente, sólo queda mencionar que al hablar de las divisiones de la Organización Vilpac, se mencionó que Paelease Mexicana es una arrendadora financiera que ofrece planes de arrendamiento puro con mantenimiento incluido. El arrendamiento puro con mantenimiento incluido es un servicio conocido como *full service leasing*, y es una de las principales estrategias que Kenworth Mexicana inició en 1996 y que deberá desarrollarse completamente en los años posteriores. El concepto *full service leasing* consiste en que Kenworth Mexicana se encargaría de la logística de los vehículos de las empresas que se dedican a la fabricación de productos y que contrataran este servicio. En consecuencia, los vehículos siempre pertenecerían a Kenworth Mexicana y los clientes sólo pagarían una renta mensual mediante la cual Kenworth Mexicana adquiriría principalmente tres compromisos con sus clientes. Primero, Kenworth Mexicana se comprometería a que las empresas siempre contarán con vehículos de modelo reciente para sus operaciones. Además, Kenworth Mexicana garantizaría a sus clientes un correcto funcionamiento de las unidades, así como el cumplimiento de las especificaciones del TLCAN referentes a emisiones contaminantes y estándares de seguridad. Finalmente, Kenworth Mexicana otorgaría a sus clientes un seguro contra robos y accidentes y una garantía de servicio con validez en los principales destinos de Norteamérica. Si se considera que Paccar Inc. ya ofrece este servicio en Estados Unidos y Canadá, resulta evidente que la

estrategia de Paccar Inc. a través de este servicio es la de llevar los mismos productos y servicios a todos los países que integran el TLCAN.

Direcciones de Kenworth Mexicana, S.A. de C.V.

Oficinas:

Andrés Bello No. 45 Piso 19
Col. Chapultepec Morales
México, D.F.
C.P. 11560

Teléfono: (5) 2 80 45 29

Fax: (5) 2 81 06 14

Planta:

Km 10.5 Carretera a San Luis
Río Colorado Sonora
Col. González Ortega
Mexicali, Baja California.
C.P. 21100

Teléfono: (65) 62 80 00

Dirección en Internet: www.kenworth.com/kw/index.htm

3.2.3.2.3. Mercedes-Benz México, S.A. de C.V.

El presente trabajo incluye un caso de estudio para el cual se seleccionó a Mercedes-Benz México. Por esta razón, las actividades y los antecedentes de esta empresa serán descritos ampliamente en el siguiente capítulo.

3.2.3.2.4. Mexicana de Autobuses, S.A. de C.V.

Mexicana de Autobuses (MASA) fue creada el 10 de septiembre de 1959 a través de la adquisición de la compañía Sheppard Hnos. por parte de la empresa federal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX). En el año de 1972, MASA inició la construcción de sus actuales instalaciones de Tultitlán, Estado de México, llegando a una mayor expansión en 1980. Después de haber permanecido cerrada durante algunos años, el 17 de octubre de 1988 la compañía fue vendida a un grupo de inversionistas privados; posteriormente, en noviembre de 1989, fue nuevamente transferida a un nuevo grupo de inversionistas privados. En enero de 1993, el Consejo de Accionistas fue modificado para permanecer con esa estructura hasta el día de hoy.³⁹

Desafortunadamente para la imagen de MASA, la compra de la compañía por inversionistas privados nunca estuvo exenta de rumores sobre malos manejos y posibles prestanombres. Por si fuera poco, también se llegó a decir que, durante los años en los que Raúl Salinas de Gortari fue socio de la compañía, las compras de autobuses por parte del gobierno en licitaciones públicas se inclinaban hacia MASA. Sin embargo, aparentemente todo quedaba siempre en comentarios que los directivos de MASA hacían todo lo posible por refutar.

A pesar de todos estos rumores, lo cierto es que entre los logros de MASA se encuentra el haber fabricado más del 80% de los autobuses urbanos de la Ciudad de México y la mitad de los autobuses foráneos que circulaban en la República Mexicana hasta 1996, cuando dieron inicio diversos programas de renovación de la flota tanto en la Ciudad de México como en el resto del país.

³⁹ La información sobre Mexicana de Autobuses se obtuvo de las siguientes fuentes:

- MEXICANA DE AUTOBUSES. Perfil de la empresa, <http://masa.web.com.mx>
- DURÁN, José Antonio. "Mexicana de Autobuses, automotriz rentable con inversiones y ventas al gobierno". *El Economista*, lunes 15 de julio de 1996, Automotriz, pg. 16A.
- DURÁN, José Antonio. "La firma automotriz Mack podría abastecer de tecnología a Dina", jueves 25 de enero de 1996, *El Economista*, Automotriz, pg. 2A.

En cuanto a las actividades más recientes de la compañía, cabe mencionar que en 1994 la planta de MASA en Tultitlán fue sometida a una redistribución de gran escala a fin de incorporar la herramienta para la manufactura del entonces nuevo autobús inter-citadino llamado MASA-Bussecar y seis nuevas estaciones de pintado. Al terminar esta renovación, MASA anunció que su planta de Tultitlán era una de las 10 empresas manufactureras de autobuses más grandes en el mundo, ya que contaba con una capacidad instalada de producción de 10 autobuses integrales por día en un solo turno, además de 10 autobuses sobre chasis por día en un solo turno. Según se publicó, el costo de la redistribución ascendió a 15 millones de dólares, aunque en esta cifra también se incluyó la inversión destinada al lanzamiento del nuevo autobús MASA-Bussecar. El autobús MASA-Bussecar fue el producto de una alianza estratégica que MASA había realizado previamente con Carrocerías Nielson, S.A. de Brasil, uno de los más importantes productores de autobuses del hemisferio sur.

De manera un poco más reciente, MASA, al igual que las demás empresas automotrices, resintió fuertemente la crisis económica del país iniciada en 1994 y en consecuencia, tuvo que reducir el ritmo de producción y liquidar a un gran número de trabajadores, además de que también se le cancelaron pedidos. No obstante, la producción, las ventas y los planes de expansión tenían que continuar, así que MASA celebró un contrato de representación con la compañía estadounidense "Flexible", que tiene operaciones en China. En tal sentido, MASA planeaba exportar a ese país asiático, con posibilidades de realizar una coinversión por 16 millones de dólares. Con esta estrategia MASA esperaba amortiguar tanto las pérdidas de 40 millones de pesos que había tenido en el primer trimestre de 1995, como la deuda de 20 millones de dólares con la que ya contaba, según información de la propia empresa.

Para septiembre de 1995, MASA comenzó negociaciones con la norteamericana Mack para producir conjuntamente vehículos pesados en México. Sin embargo, en enero de 1996 se anunció que las negociaciones al final se rompieron ya que, según el presidente de MASA, Mack quería introducir en México un nuevo motor, lo que hubiera llevado bastante tiempo y no hubiera favorecido la competitividad del producto en un mercado tan contraído como el que

había en ese momento. De haber llegado a un acuerdo, MASA y Mack hubieran invertido 24 millones de dólares por partes iguales, y hubieran producido un volumen estimado de 100 unidades al año.

Finalmente, como una referencia interesante acerca de la estructura accionaria de la empresa, cabe mencionar que MASA tiene una asociación con Motor Coach Industries International (MCII) de Estados Unidos desde 1993. En ese año, MCII adquirió el 10% de las acciones de MASA, pero como Grupo Dina compró a MCII en agosto de 1994, el siguiente paso era vender esas acciones a MASA o a algún otro interesado, ya que Dina y MASA son competidores en México. Sin embargo, según la información disponible hasta julio de 1996, Dina y MASA no habían logrado llegar a ningún acuerdo, por lo que MCII, es decir, Grupo Dina, tenía aún parte de las acciones de MASA.

Direcciones de Mexicana de Autobuses, S.A. de C.V.

Oficina de Ventas
Internacionales:
Medellín No. 94 primer piso,
esquina con Alvaro Obregón,
Colonia Roma
México D.F.
C.P. 06700
Teléfono: (5) 2 07 34 96;
(5) 2 07 35 80
Fax: (5) 2 07 35 82

Planta:
Lago de Guadalupe No. 289
Fraccionamiento Industrial
Cartagena
Tultitlán, Estado de México.
C.P. 54900
Teléfono: (5) 2 29 37 00
Fax: (5) 2 29 37 08;
(5) 2 29 37 09

Dirección en Internet: <http://masa.web.com.mx>

3.2.3.2.5. Navistar International Corporation de México, S.A. de C.V.

Navistar International Corporation de México es subsidiaria de la compañía estadounidense Navistar International Corp., la cual tiene sus oficinas corporativas en Chicago, Illinois, y produce y comercializa camiones medianos y pesados de la marca "International", además de chasis para camiones escolares y motores diesel en los mercados estadounidense, canadiense y otros mercados selectos de exportación.⁴⁰

A lo largo de 30 años, Navistar ha dado servicio a los clientes en México a través del productor más grande de camiones de México, Dina Camiones, mediante acuerdos para proveer y transferir tecnología a la empresa mexicana. Aunque el actual contrato de suministro de tecnología con Dina vence en marzo de 1998, Navistar anunció en febrero de 1996 que venderá camiones en México a través de una nueva red que incluye 23 distribuidores en el norte, centro y oriente de México, incluyendo la península de Yucatán.

Según John R. Horne, Presidente del Consejo de Administración de Navistar, la compañía ha "llegado a la conclusión de que la relación actual con Dina impide a Navistar aprovechar todas las oportunidades que ofrece el creciente mercado mexicano". Por esta razón, Navistar

⁴⁰ La información sobre Navistar International Corporation de México se obtuvo de las siguientes fuentes:

- NAVISTAR INTERNATIONAL CORP. Navistar Press Releases, February 12, 1996, <http://www.navistar.com/corp/releases/pr212.html>
- CELIS E., Dario. "Navistar incumple el Decreto", Corporativo, El Financiero, miércoles 31 de enero de 1996, pg. 18
- DURÁN, José Antonio. "Navistar planea vender 40.6 mdd este año en México", El Financiero, jueves 2 de mayo de 1996, Automotriz, pg. 18A
- DURÁN, José Antonio. "Invertira Navistar International Corp. 167 mdd en México durante los próximos 17 meses", El Financiero, lunes 21 de octubre de 1996
- SALGADO B., Dante. "Primera piedra. Navistar empieza a tomar forma", Indicador Automotriz, febrero de 1997, pg. 15
- ROY O., Rogelio. "Camionera Tapatia de Navistar-International, para todo el Estado de Jalisco", México Automotriz, febrero de 1997, pg. 10 y 11.

firmó un acuerdo con Trailers de Monterrey (Tramosa) que permite satisfacer, a corto plazo, la necesidad de aprovechar estas oportunidades. Dicho acuerdo establece que Navistar proveerá a Tramosa con cabinas pintadas y listas para ensamblar provenientes de la planta de Navistar en Springfield, Ohio, y también con motores diesel provenientes de la planta de Navistar en Melrose Park, Illinois. El ensamblaje comenzó en el mes de abril de 1996 y se preveía que esto permitiría a Navistar ensamblar un total de 830 vehículos destinados al mercado nacional, de los cuales 430 unidades serían camiones pesados modelos 4700 y 4900, 200 unidades serían tractocamiones modelo 9200; y, 200 unidades serían autobuses, lo que permitiría a Navistar generar ventas por 37 millones de dólares en el mercado nacional. Adicionalmente, en 1996 Navistar también debió haber producido 100 vehículos para la exportación, donde captaría 3.6 millones de dólares, que sumados a la cifra anterior, totalizarían ventas por 40.6 millones de dólares al cierre de 1996.

Como se puede observar, la gama de productos de Navistar contempla no sólo camiones pesados, sino también tractocamiones y autobuses, lo cual seguramente agudizará a corto plazo la competencia en cada uno de estos segmentos. Durante 1996, es decir, durante su primer año de operaciones en México, Navistar debió haber invertido la cantidad de 33 millones de dólares, los cuales son parte de una inversión total de 167 millones de dólares que la compañía piensa realizar entre 1996 y 1998.

Según Dennis Webb, vicepresidente de operaciones internacionales de Navistar, "estas acciones permitirán a Navistar ser más competitivo en México y en toda Norte América. Ahora podemos vender y dar servicio en México a los mismos camiones que operan nuestros clientes en Estados Unidos y Canadá, además de que nos permitirá aprovechar las economías de escala generadas al contar con un sólo proveedor. Por otra parte, nuestros clientes tendrán acceso a refacciones y servicio a través de la nueva red de distribución de Navistar".

Adicionalmente al convenio con Tramosa, Navistar inició a principios de 1997 la construcción de una nueva planta en el municipio de Escobedo, en el Estado de Nuevo León. Según los planes, la nueva

planta de Navistar estará concluida antes de que termine 1997 y comenzará a producir durante el primer trimestre de 1998. La capacidad de producción de Navistar será de 2,500 vehículos por año, aunque de entrada sólo será utilizado el 33% de su capacidad instalada. La planta de Navistar estará diseñada para satisfacer la demanda en México y para la exportación a Latinoamérica, lo que permitirá aprovechar los acuerdos comerciales. Cuando la construcción de la fábrica de Navistar concluya, la alianza entre Tramosa y Navistar continuará porque Tramosa producirá ciertos tipos de vehículos de Navistar.

Finalmente, sólo queda mencionar que según las regulaciones del TLCAN, Navistar debe incorporar, como mínimo, un 40% de valor agregado nacional en sus unidades producidas en México. Sin embargo, como sucede casi siempre que una nueva compañía fabricante entra al mercado, desde enero de 1996, es decir, un mes antes de que Navistar anunciara sus planes para vender camiones en México, se llegó a comentar que el titular de Secretaría de Comercio y Fomento Industrial había autorizado a Navistar que, en un principio, su contenido de integración local fuera inferior al porcentaje establecido por el TLCAN. No obstante lo anterior, Navistar ha anunciado en diversas ocasiones que los vehículos que saldrán de las líneas de producción de su nueva planta en Nuevo León tendrán un contenido nacional superior al 50%, y que en algunos tipos de camiones éste será del 80%.

Direcciones de Navistar International Corporation de México,
S.A. de C.V.

Oficinas:
Ejército Nacional No. 904,
Piso 8
Col. Palmas Polanco
México, D.F.
C.P. 11510
Teléfono: (5) 395 64 04
Fax: (5) 57 60 01

Planta:
Carretera No. 53 Monterrey-
Monclova Km 6.00
Municipio General M.
Escobedo, Nuevo León

Dirección en Internet: <http://www.navistar.com>

3.2.3.2.6. Omnibuses Integrales, S.A. de C.V.

Omnibuses Integrales es una firma que se creó en 1990 con la finalidad de abastecer las unidades necesarias a la empresa transportista Omnibus de México, pero dentro de las estrategias de los accionistas se contempló la separación de las dos compañías en 1992. En 1994, Omnibuses Integrales contaba ya con plena libertad para comercializar sus unidades a cualquier empresa transportista.⁴¹

Dirección de Omnibuses Integrales, S.A. de C.V.

Ángel Dorronsoro Gándara 200
Col. Industrial
Aguascalientes, Aguascalientes
C.P. 20290
Teléfono: (49) 71 01 33
Fax: (49) 71 00 63

Dirección en Internet: No tiene página en Internet

3.2.3.2.7. Chasises y Autopartes Oshmex, S.A. de C.V.

Oshmex es una empresa creada en abril de 1993 a través de la coinversión de un grupo de empresarios mexicanos con amplia experiencia en el sector transporte y la empresa Oshkosh Truck Corporation de Estados Unidos. Las oficinas y la planta de Oshmex están ubicadas en Tultitlán, Estado de México y fueron adquiridas por la compañía en mayo de 1993, un mes después de la constitución formal de la empresa. Oshmex inició el ensamble de chasises en su planta de Tultitlán en agosto de 1993 y en febrero de 1994 hizo el lanzamiento del chasis CB-30 FD.⁴²

⁴¹ DURAN, José Antonio. "Invierte 120 mdd Omnibus de México para renovar su flota vehicular", EL Financiero, jueves 4 de agosto de 1994, pg. 8A

⁴² La información sobre Chasises y Autopartes Oshmex se obtuvo a través de la propia empresa.

Con relación a los socios estadounidenses de Oshkosh, es conveniente mencionar que Oshkosh Truck Corporation es una empresa con más de 75 años de experiencia dentro de la industria automotriz y es fabricante de vehículos especiales como transportadoras de concreto, vehículos militares de ataque, y equipo de transportación militar y comercial especializada. Oshkosh es una empresa especialista en vehículos con equipo diesel y tiene una gran experiencia en su ingeniería y manufactura. Oshkosh vendió su primer chasis con motor trasero en 1979, y cuando la corporación logró expandirse, adquirió el negocio de chasis de John Deere en 1989. Las oficinas generales de Oshkosh están ubicadas en Oshkosh, Wisconsin, Estados Unidos, mientras que su planta de producción, que es una de las plantas de ensamble de chasis más modernas e innovativas del mundo, está situada en Gaffney, Carolina del Sur, Estados Unidos. Para Oshkosh, uno de los objetivos de la conversión en México a través de Chasis y Autopartes Oshkosh, era abrir la posibilidad de participar en los mercados de México, Centro y Sudamérica.

La misión de Chasis y Autopartes Oshkosh es la de producir chasis que cumplan con los requerimientos especiales de las aplicaciones de sus clientes, ya que un chasis diseñado específicamente para un peso bruto vehicular dado, significa menores costos de operación, y por lo tanto mejores ingresos para sus clientes. Por ello, Oshkosh cuenta con la ingeniería de soporte necesaria a fin de incorporar diseños específicos y alcanzar desempeños óptimos para cada chasis. Además, la misión de Oshkosh también implica que el deseo de la empresa por cumplir con los requerimientos de sus clientes, se haga extensivo a la relación con los fabricantes de carrocerías.

Algunas de las características que distinguen a los chasis fabricados por Oshkosh son la alta rigidez y resistencia de la estructura (bastidor); la gran variedad de modelos diesel que ofrece; la combinación de motores Cummins o Perkins, con transmisiones Allison, Spicer o Tremec; la confiabilidad del sistema de frenos, que está diseñado específicamente para cada modelo; la calidad en el producto final, que es comprobada a través de un sistema de muestreos e inspecciones en campo sobre las carrocerías fabricadas

con sus chasis: la gran capacidad que tienen los tanques de combustible de sus diferentes modelos; la características y calidad de los componentes y accesorios incluidos como equipo estándar en cada chasis; y, la seguridad de que todos los productos Oshmex cumplen con altos criterios de durabilidad y resistencia.

Oshmex cuenta con el único chasis diseñado exclusivamente para el transporte de pasajeros, para lo cual emplea las más sofisticadas tecnologías disponibles de diseño y manufactura. Debido a sus actividades como fabricante de chasis, Oshmex está considerada por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial como una empresa de la industria fabricante de vehículos de autotransporte.

Dirección de Chasis y Autopartes Oshmex, S.A. de C.V.

Oficinas y Planta:
Av. 2 Núm. 7
Fraccionamiento Industrial
Cartagena
Tultitlán, Estado de México.
C.P. 54918
Teléfonos: (5) 888 08 67;
(5) 888 03 55; y,
(5) 888 04 83
Fax: (5) 888 11 87

Dirección en Internet: No tiene página en Internet

3.2.3.2.8. Scania de México, S.A. de C.V.

La principal actividad de las operaciones de Scania es el desarrollo, producción y comercialización de vehículos de autotransporte para trabajo pesado. En este sector, Scania es el quinto productor a nivel mundial y el número tres en Europa. Scania fabrica principalmente vehículos con un Peso Bruto Vehicular (PBV) de 16 o más toneladas, lo que incluye vehículos aptos para casi cualquier actividad de transporte.⁴³

Scania fue fundada en Suecia en 1891 y originalmente inició sus operaciones con la fabricación de vagones para la red de ferrocarriles suecos, en 1902 Scania inicia la fabricación de sus primeros camiones. Desde entonces, ha construido y comercializado casi 800,000 camiones y autobuses para el autotransporte pesado. A diferencia de sus competidores, Scania ha concentrado sistemáticamente sus esfuerzos en el segmento de vehículos de autotransporte.

Hoy en día Scania es el quinto productor mundial de autobuses urbanos e integrales para más de 30 pasajeros. La gama de productos incluye tanto autobuses integrales como autobuses urbanos y suburbanos para los sistemas de transporte público. Cerca de dos terceras partes de las ventas totales de la compañía provienen de la venta de vehículos destinados al transporte público.

Además de ser uno de los fabricantes líderes de vehículos de autotransporte, la fabricación de motores para aplicaciones marinas e industriales es la segunda área de especialización en la que Scania tiene una fuerte posición competitiva a nivel internacional.

⁴³ La información sobre Scania de México se obtuvo de las siguientes fuentes:

- SCANIA. Scania's Company history. www.scania.se/aboutus/7_company/au_histo.htm
- SCANIA. Scania's Business areas. www.scania.se/aboutus/2_business/au_areas.htm
- ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996, México, 1997, 256 pags.
- DURÁN, José Antonio. "Scania, único productor en México que da garantía completa del vehículo". El Financiero, lunes 26 de agosto de 1996, pg. 22A

Scania es una corporación internacional cuyas operaciones se basan en una red mundial de más de 1,500 distribuidores autorizados en casi 80 países, así como en un sofisticado sistema de distribución de partes y refacciones. En consecuencia, 97% de la producción de Scania se vende fuera de Suecia. En los años 50's Scania comienza a establecer plantas de producción fuera de Suecia. En México, Scania inició durante 1994 la construcción de una planta de producción de tractocamiones en San Luis Potosí, la cual fue inaugurada en marzo de 1995. La planta de Scania en México tiene una capacidad para producir 1,200 unidades al año. Por otra parte, en cuanto a los distribuidores, según la ANPACT, Scania contaba hasta 1996 con un total de tres distribuidores ubicados en tres de las principales ciudades de la República: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Entre las alianzas estratégicas de la compañía es conveniente mencionar que desde finales de los años 40's Scania ha representado a Volkswagen en Suecia. Junto con Volkswagen AG, Scania es dueña de la compañía importadora V.A.G. Sverige, que comercializa en Suecia las marcas Audi, Porsche, Seat y Skoda.

Un avanzado sistema de "especificación modular" ha convertido a Scania en el fabricante líder de vehículos de autotransporte en términos de rentabilidad. Incluso durante periodos de estancamiento de los mercados de vehículos pesados a nivel mundial, Scania ha mostrado buenas ganancias. Durante más de seis décadas, Scania ha reportado utilidades cada año. En Octubre de 1995, Scania lanzó al mercado los primeros modelos de una nueva gama de vehículos, la "Serie 4".

En 1997, Scania hace mucho más por sus clientes que sólo venderles un vehículo. El financiamiento, el servicio y el mantenimiento son aspectos cada vez más importantes para una empresa competitiva. Scania puede ofrecer amplios planes de soporte y servicio, que van desde contratos de reparación y mantenimiento hasta planes mucho más extensos, que además de comprender los aspectos anteriores, también incluyen el financiamiento de los vehículos.

Se ha comentado que los vehículos de Scania no ofrecen alternativas de incorporar otras marcas de motores o ejes, por ejemplo. Sin

embargo, según el presidente de Scania de México, el que Scania ofrezca tractocamiones que integran únicamente componentes de la marca propia es parte de la filosofía de Scania y a la vez también es una gran ventaja competitiva de la compañía ya que, como cada componente de la unidad encaja mejor, la unidad está mejor balanceada. Es decir, esta filosofía da a Scania una ventaja sobre compañías como Navistar, Kenworth, Dina y Freightliner puesto que, aunque estas compañías no ofrecen malos productos, sí existen muchas similitudes entre sus productos debido a que, en un momento dado, pueden tener los mismos motores y ejes, y la única manera de diferenciarlos es a través del diseño de la cabina. El no incorporar productos de otras marcas en ninguno de los vehículos que Scania fabrica en todo el mundo, le permitió fabricar 44,600 unidades a nivel mundial.

Una de las ventajas que trae consigo el ser una firma integral es que Scania es el único fabricante en México que ofrece garantía de defensa a defensa, mientras que los demás competidores turnan la garantía según el componente y el proveedor. Es decir, si el motor falla, el cliente se tiene que dirigir al fabricante de ese producto, y así sucede con cada una de las piezas.

Por otra parte, una de las razones por las que los productos de Scania han sido bien aceptados en México es debido a que los motores ofrecen un ahorro importante de combustible. Además, por el lado del servicio, Scania tiene un gran compromiso con sus clientes ya que cuando una unidad de Scania tiene alguna falla mecánica o requiere de refacciones, la empresa envía mecánicos incluso por avión a cualquier parte de la República, por lo que esto no es un problema.

Finalmente, en cuanto a las perspectivas de Scania en México, el presidente de la compañía opina que 1995 y 1996 no fueron dos años normales para la industria fabricante de vehículos de autotransporte puesto que el país venía de una gran crisis económica que tuvo consecuencias graves para las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte y sobre todo para aquellas que ofrecen un sólo producto, como Scania. Sin embargo, a pesar de las dificultades, Scania nunca se ha salido de ningún mercado donde tenga operaciones de producción y ventas, al menos así lo comprueban los 120 países

donde está presente. Por ello, la alta dirección de esta compañía piensa que, debido a que este sector tiene sus altas y sus bajas, pronto habrá un *boom* en México, lo cual será aprovechado por Scania ya que México es un país estratégico para el crecimiento de la compañía en la región y sólo es superado por Brasil en términos de tamaño.

Direcciones de Scania de México, S.A. de C.V.

Oficinas:
Blvd. Manuel Ávila Camacho
No. 2900
Oficina 601
Fraccionamiento Los Pirules
Tlalnepantla, Edo. de México
C.P. 54040
Teléfono: (5) 379 73 61
Fax: (5) 379 74 29

Planta:
Prolongación. Av. Industrial
No. 4640 esq. eje 134
San Luis Potosí, S.L.P.
C.P. 78395
Teléfono: (48) 24 05 05
Fax: (48) 24 05 04

Dirección en Internet: www.scania.com/index.htm

3.2.3.2.9. Thomas Built Buses

A mediados de 1995, Thomas Built Buses empezó a producir autobuses urbanos en Apodaca, Nuevo León, México. La casa matriz de esta empresa está en Estados Unidos y fabrica 12 mil unidades al año, que representan un 38% de penetración del mercado estadounidense en este segmento.⁴⁴

En 1995, Thomas Built Buses fabricó 135 unidades, pero todas las unidades se destinaron a la exportación principalmente a Estados

⁴⁴ La información sobre Thomas Built Buses se obtuvo de las siguientes fuentes:

- DURÁN, José Antonio. "Autotips". *EL Financiero*, jueves 14 de diciembre de 1995, pg. 3A.
- INDICADOR AUTOMOTRIZ. "Thomas Built Buses avanza con seguridad". *Indicador Automotriz*, febrero de 1997, Año IV, Núm. 40, pg. 17.

Unidos. Para 1996, Thomas Built Buses logró vender en total 650 unidades, de las cuales 615 tuvieron como destino la exportación y sólo 35 se comercializaron en el país. Además de Estados Unidos, entre los países a los que exportó Thomas Built Buses en 1996, se encuentran países de Centro América y Medio Oriente, por lo que la compañía espera incrementar sus ventas a esos países en 1997. Para este mismo año, Thomas Built Buses espera vender alrededor de mil unidades, de las cuales 80% se destinaría a mercados foráneos y el resto se quedaría para consumo doméstico.

Entre las características de los vehículos que Thomas Built Buses produce en México se encuentra que, cuando el producto está destinado al mercado mexicano, la compañía integra sus carrocerías en chasises Dina, Navistar o Mercedes-Benz, mientras que en las unidades destinadas al mercado de exportación, Thomas Built Buses utiliza chasises Navistar, ya que así se lo exigen sus clientes estadounidenses.

Finalmente, sólo queda mencionar que en 1995, la planta de Apodaca, N.L., de Thomas Built Buses tenía capacidad para producir 1,000 unidades al año, pero ya en 1997 su capacidad es de ocho unidades diarias, es decir, alrededor de 1,800 unidades al año. Como consecuencia de que el mercado mexicano ha empezado a demandar más unidades para el transporte escolar y del personal de las empresas conforme se recupera de la crisis de 1994, Thomas Built Buses comenzó a analizar la posibilidad de instalar una planta de producción propia desde principios de 1997.

donde está presente. Por ello, la alta dirección de esta compañía piensa que, debido a que este sector tiene sus altas y sus bajas, pronto habrá un *boom* en México, lo cual será aprovechado por Scania ya que México es un país estratégico para el crecimiento de la compañía en la región y sólo es superado por Brasil en términos de tamaño.

Direcciones de Scania de México, S.A. de C.V.

Oficinas:
Blvd. Manuel Ávila Camacho
No. 2900
Oficina 601
Fraccionamiento Los Pirules
Tlalnepantla, Edo. de México
C.P. 54040
Teléfono: (5) 379 73 61
Fax: (5) 379 74 29

Planta:
Prolongación. Av. Industrial
No. 4640 esq. eje 134
San Luis Potosí, S.L.P.
C.P. 78395
Teléfono: (48) 24 05 05
Fax: (48) 24 05 04

Dirección en Internet: www.scania.com/index.htm

3.2.3.2.9. Thomas Built Buses

A mediados de 1995, Thomas Built Buses empezó a producir autobuses urbanos en Apodaca, Nuevo León, México. La casa matriz de esta empresa está en Estados Unidos y fabrica 12 mil unidades al año, que representan un 38% de penetración del mercado estadounidense en este segmento.⁴⁴

En 1995, Thomas Built Buses fabricó 135 unidades, pero todas las unidades se destinaron a la exportación principalmente a Estados

⁴⁴ La información sobre Thomas Built Buses se obtuvo de las siguientes fuentes:

- DURÁN, José Antonio. "Autotips", El Financiero, jueves 14 de diciembre de 1995, pg. 3A
- INDICADOR AUTOMOTRIZ. "Thomas Built Buses avanza con seguridad", Indicador Automotriz, febrero de 1997, Año IV, Núm. 40, pg 17

Unidos. Para 1996, Thomas Built Buses logró vender en total 650 unidades, de las cuales 615 tuvieron como destino la exportación y sólo 35 se comercializaron en el país. Además de Estados Unidos, entre los países a los que exportó Thomas Built Buses en 1996, se encuentran países de Centro América y Medio Oriente, por lo que la compañía espera incrementar sus ventas a esos países en 1997. Para este mismo año, Thomas Built Buses espera vender alrededor de mil unidades, de las cuales 80% se destinaría a mercados foráneos y el resto se quedaría para consumo doméstico.

Entre las características de los vehículos que Thomas Built Buses produce en México se encuentra que, cuando el producto está destinado al mercado mexicano, la compañía integra sus carrocerías en chasises Dina, Navistar o Mercedes-Benz, mientras que en las unidades destinadas al mercado de exportación, Thomas Built Buses utiliza chasises Navistar, ya que así se lo exigen sus clientes estadounidenses.

Finalmente, sólo queda mencionar que en 1995, la planta de Apodaca, N.L., de Thomas Built Buses tenía capacidad para producir 1,000 unidades al año, pero ya en 1997 su capacidad es de ocho unidades diarias, es decir, alrededor de 1,800 unidades al año. Como consecuencia de que el mercado mexicano ha empezado a demandar más unidades para el transporte escolar y del personal de las empresas conforme se recupera de la crisis de 1994, Thomas Built Buses comenzó a analizar la posibilidad de instalar una planta de producción propia desde principios de 1997.

3.2.3.2.10. Trailers de Monterrey, S.A.

Trailers de Monterrey, S.A. es una empresa fundada en 1946 que es pionera en la fabricación de productos de alta calidad para la industria del transporte de carga y de pasaje en México y en el extranjero.⁴⁵

La misión de Trailers de Monterrey es la fabricación y venta de trailers, camiones, autobuses y carrocerías de clase mundial que satisfagan todas las expectativas y requerimientos de sus clientes, ofreciendo en cada vehículo, alta calidad, confianza, seguridad y el mejor servicio.

Trailers de Monterrey dio origen a lo que hasta 1997 se conoce como el Grupo Industrial Ramírez, el cual está enfocado fundamentalmente al ramo automotriz y de autopartes. El Grupo Industrial Ramírez está integrado por las siguientes empresas: Industria Automotriz, S.A.; Industrias Metálicas Monterrey, S.A.; Industrias Vortec, S.A.; y, Trailers de Monterrey, S.A.

Trailers de Monterrey, S.A. realiza las siguientes actividades:

- Fabricante de cajas de aluminio y remolques planos para tractocamiones de la marca "Ramírez"
- Fabricante y ensamblador de chasis, camiones y tractocamiones
- Fabricante de autobuses de la marca "Sultana"
- Fabricante de recolectores de desechos y desperdicios de la marca "Immsa"

⁴⁵ La información sobre Trailers de Monterrey se obtuvo de las siguientes fuentes:

- <http://www.cintermex.org.mx/hotpages/gruporamrezi/>
- <http://www.pixel.com.mx/info-gral/info-nl/entidad/grupos.html>
- ANPACT La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996, México, 1997, 256 págs
- NAVISTAR INTERNATIONAL CORP. Navistar Press Releases, February 12, 1996, <http://www.navistar.com/corp/releases/pr212.html>
- CELIS E., Dario. "Ford amplía su oferta de vehículos exportando más a Estados Unidos", El Financiero, jueves 10 de febrero de 1994, pg 16
- DURÁN, José Antonio. "Importantes negociaciones en el segmento de camiones pesados", El Financiero, jueves 21 de diciembre de 1995, pg 2A

Según las estadísticas de la ANPACT, Trailers de Monterrey fabricó vehículos bajo su propia marca hasta 1992. En esa misma época, Trailers de Monterrey se asoció con Volvo Trucks, el segundo fabricante de camiones pesados a nivel mundial. En ese entonces, Volvo Trucks iniciaba su ingreso al mercado mexicano y el acuerdo entre Trailers de Monterrey y Volvo Trucks permitió ensamblar los primeros dos tractocamiones NR64T de Volvo en la planta de Trailers de Monterrey al final de 1993. Para 1994, la producción del modelo NR64T de Volvo alcanzó un total de 224 unidades. Sin embargo, en 1995, Trailers de Monterrey ya no produjo ninguna unidad para Volvo.

Por otra parte, en febrero de 1994 se anunció que, a través de la alianza estratégica entre Industrias Metálicas Monterrey (IMMSA) y Ford Motor Co. de México, el Grupo Industrial Ramirez fabricaría un total de 4,000 camiones pesados modelos F700 y F800 para Ford de México. Para lograr este objetivo, Ford había destinado 10 millones de dólares para ampliar y modernizar la planta de la compañía propiedad del Grupo Industrial Ramirez. Antes de este anuncio, IMMSA y Ford ya habían trabajado juntas ya que IMMSA manufacturaba a Ford chasises exportados principalmente a Estados Unidos. Aunque en este caso Trailers de Monterrey no era la empresa que trató directamente con Ford, debe recordarse que Trailers de Monterrey e IMMSA son dos empresas del Grupo Industrial Ramirez, y es por ello que resulta importante hacer referencia a las actividades de IMMSA relacionadas directamente con la industria fabricante de vehículos de autotransporte.

Posteriormente, en febrero de 1996, Trailers de Monterrey firmó un acuerdo con Navistar International Corporation, que también es uno de los seis principales fabricantes de vehículos pesados a nivel mundial. A través de este acuerdo, Trailers de Monterrey comenzó a ensamblar en abril de 1996 un total de 930 vehículos. Aunque Navistar International Corporation de México espera terminar su propia planta de producción antes de que termine 1997 y comenzar a producir durante el primer trimestre de 1998, Navistar ha anunciado que su alianza con Trailers de Monterrey continuará porque ésta empresa producirá ciertos tipos de vehículos de Navistar.

Finalmente, sólo queda mencionar que Grupo Industrial Ramírez también es dueño de la Fábrica Nacional de Autobuses, S.A. Sin embargo, según las estadísticas de la ANPACT, esta empresa produjo y vendió sus últimas 6 unidades en el año de 1994.

Como se puede observar, Trailers de Monterrey decidió dejar de producir vehículos bajo su propia marca, pero entre 1992 y 1996 logró establecer sucesivamente alianzas muy importantes con dos de los principales fabricantes de vehículos de autotransporte a nivel mundial, lo cual es un gran mérito porque ha permitido a Trailers de Monterrey seguir participando de forma indirecta dentro de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. No obstante, también es importante señalar que ambas alianzas se han dado en la fase inicial de las operaciones tanto de Volvo como Navistar, por lo que Trailers de Monterrey deberá decidir entre reforzar su alianza con Navistar o buscar un nuevo socio, las cuales parecen ser sus opciones más viables, aunque ciertamente no las únicas.

Dirección de Trailers de Monterrey, S.A.

Oficinas y Planta:
Ave. Universidad 1002 Nte.
San Nicolás de los Garza, N.L.
C.P. 66450
Teléfonos: (8) 352 54 47;
(8) 352 38 10
Fax: (8) 352 56 45

Dirección en Internet:
<http://www.cintermex.org.mx/hotpages/gruporamirezi/>

3.2.3.2.11. Víctor Patrón, S.A. de C.V.

Víctor Patrón inició en 1945 la distribución de los camiones Diamond-T en México. Posteriormente, Víctor Patrón estableció un contrato de suministro de tecnología con la empresa White Motor Corporation de Cleveland, Estados Unidos. Hacia 1975, el contrato de suministro de

tecnología entre Víctor Patrón y White Motor Corporation permitió a Víctor Patrón adquirir la tecnología de White y a partir de entonces Víctor Patrón comenzó a producir vehículos bajo su propia marca: VIPSA. Víctor Patrón produjo sus últimas 15 unidades del segmento de vehículos para la construcción en el año de 1994, aunque según las estadísticas sólo registró ventas hasta 1993, por lo que esas mismas 15 unidades siguen apareciendo en las estadísticas de inventarios en planta hasta 1997 y se mantienen en inventario con el propósito de proporcionar refacciones a los clientes que las solicitan.⁴⁶

Víctor Patrón S.A. de C.V. es una empresa familiar ubicada en Mazatlán, Estado de Sinaloa. Víctor Patrón es la única empresa fabricante de vehículos de autotransporte de México que se ubica en un puerto marítimo, lo cual encarece el costo del transporte de sus componentes, ya que su planta se encuentra alejada de los principales proveedores establecidos en México, y que se ubican principalmente en el centro y en el norte del país. Sin embargo, Víctor Patrón mantiene vigentes sus permisos y licencias de fabricación y espera que al mejorar la situación económica de México pueda reanudar la producción de vehículos ya sea nuevamente bajo su propia marca, o bien a través de la asociación con alguna empresa extranjera.

Dirección de Víctor Patrón S.A. de C.V.

Oficinas y Planta:
Carretera Internacional
Km 1194 al Sur
Mazatlán, Sinaloa.
C.P. 82000
Teléfono: (69) 84 95 54; y,
(69) 84 97 11
Fax: (69) 84 95 98

Dirección en Internet: No tiene página en Internet

⁴⁶ La información sobre Víctor Patrón se obtuvo a través de Elpidio Ozuna Lizárraga, del Depto. de Ventas de Víctor Patrón, S.A. de C.V.

3.2.3.2.12. Volvo Trucks de México, S.A. de C.V.

Volvo Trucks de México pertenece a Volvo Truck Corporation de Suecia y reporta a Volvo GM Heavy Truck Corporation de Estados Unidos.⁴⁷

Volvo Truck Corporation es una de las divisiones del consorcio Volvo AB. Volvo es una empresa sueca fundada en 1915. Volvo produjo en 1928 su primer camión y un año antes, en 1927, Volvo había producido su primer automóvil. Desde entonces, Volvo se ha transformado en una compañía internacional enfocada a la industria automotriz y al equipo de transporte. A nivel mundial, Volvo cuenta con más de 70,000 empleados; además, tiene plantas de producción en más de veinte países y realiza ventas en todo el mundo.

Hasta 1996, las operaciones de Volvo a nivel mundial se dividían en seis sectores operativos: automóviles, camiones, autobuses, equipo para la construcción, sistemas de propulsión para uso marino e industrial, y motores y turbinas para aviones comerciales y militares. Cada uno de los sectores antes mencionados están respectivamente a cargo de las siguientes empresas: Autos Volvo, Camiones Volvo, Autobuses Volvo, Equipos de Construcción Volvo, Volvo Penta y Volvo Aereo. Adicionalmente, existe otro grupo de empresas cuya función es brindar apoyo financiero y de sistemas de información a las operaciones industriales y comerciales del grupo Volvo. En Estados Unidos, Volvo Trucks tiene una alianza estratégica con General Motors Corporation. Como consecuencia de esta alianza, los camiones

⁴⁷ La información sobre Volvo Trucks de México se obtuvo de las siguientes fuentes.

- AB VOLVO. PUBLIC AND INVESTOR RELATIONS. A Corporate Presentation. Goteborg, 1996, 22 págs.
- VOLVO TRUCK CORPORATION. Memoria Anual 1995. Goteborg, 1996, 9 págs.
- AUTO NOTICIAS. "Volvo es ahora una opción muy atractiva para los transportistas mexicanos. Los Tractocamiones Volvo serán ensamblados por General Motors en México", Auto Noticias, octubre de 1996, Número 2019, págs. 17 y 22.
- DURÁN, José Antonio. "Volvo venderá autobuses integrales en México", El Financiero, lunes 27 de mayo de 1996, pg. 5A.

que General Motors comercializaba en Estados Unidos a través de la marca WHITEGMC, llevan desde 1995 la marca Volvo.

Volvo Trucks Corporation es el segundo mayor fabricante de camiones pesados a nivel mundial. Bajo la filosofía de "no sólo satisfacer sino superar las exigencias y expectativas de los clientes, conductores y público en general", Volvo ha puesto en el planeta más de medio millón de unidades.

Volvo Trucks desarrolla, produce y comercializa tractocamiones y camiones pesados de las clases 6 a 8. Junto con los camiones clase 8, los tractocamiones representan más del 90% de la producción de Volvo a nivel mundial; además, Volvo es uno de los fabricantes líderes a nivel mundial en estos dos segmentos. Volvo Trucks tiene una estructura industrial global, con centros dedicados al desarrollo del producto y a la producción establecidos en Suecia, Bélgica, Brasil y los Estados Unidos. Debido a que uno de los principales objetivos de Volvo es establecer sus plantas de producción cerca de sus principales mercados, los camiones y tractocamiones Volvo también se ensamblan en Inglaterra, Polonia, Australia, Malasia, Colombia, Perú, y México. Además, Volvo también tiene un porcentaje de participación en algunas plantas de ensamble ubicadas en Indonesia, Irán, Botswana y Marruecos.

Los camiones y tractocamiones Volvo se comercializan prácticamente en todos los rincones del planeta, aunque sus principales mercados se encuentran en Europa Occidental, Norteamérica y Sudamérica. Adicionalmente, con el fin de fortalecer su presencia global, Volvo Trucks realiza inversiones en China, India y Europa del Este desde 1995.

Volvo Trucks inició operaciones en México a mediados de 1992, cuando se vendieron las primeras unidades Volvo modelo WIA64TES a una empresa llamada Timsa. Dichas unidades ya integraban algunos componentes nacionales, además de que contaban con las adecuaciones necesarias para el mercado mexicano. Estas adecuaciones fueron realmente mínimas, pero se enfocaban principalmente a adaptar las unidades Volvo a las condiciones de los caminos mexicanos. Posteriormente, Volvo Trucks se asoció con

Trailers de Monterrey (Tramosa) y los primeros tractocamiones NR64T se terminaron de producir en la planta de Tramosa en el mes de abril de 1993. En esa época, las unidades de Volvo se comercializaban a través de Diarsa, la comercializadora de Tramosa. Sin embargo, a fin de dar una mejor atención al mercado mexicano, en agosto de 1994 se constituyó Volvo Trucks de México, S.A. de C.V., que desde ese momento ha realizado todas las operaciones de comercialización y postventa de los tractocamiones y camiones de Volvo en México. Hasta mayo de 1997, Volvo Trucks de México contaba con nueve distribuidores ubicados en las principales ciudades de la República: Ciudad de México, Guadalajara, Mérida, Monterrey, Puebla, San Luis Potosí, Toluca, Torreón y Veracruz.

En 1996, Volvo dejó de ensamblar sus unidades en la planta de Tramosa debido a que esta empresa estableció una alianza con Navistar International Corporation para ensamblar a partir del mes de abril de 1996 los vehículos de Navistar. Por ello, a principios de 1996 Volvo Trucks de México firmó un acuerdo con General Motors de México a partir del cual Volvo comenzó a armar sus vehículos en el complejo de General Motors en Toluca. El convenio entre Volvo y General Motors se dio sin ningún contratiempo ya que tiene como antecedente los convenios que Volvo y General Motors han celebrado para la fabricación de camiones y tractocamiones en Estados Unidos y Colombia. En principio, la duración del convenio entre Volvo Trucks de México y General Motors de México es por un periodo de tres años, aunque existe la posibilidad de que el convenio pueda ser ampliado por más tiempo. Gracias a este convenio, Volvo Trucks de México podrá fabricar tractocamiones y camiones clase 8, con una capacidad de producción de 1,000 unidades anuales. Por otra parte, Volvo Trucks de México podría importar unidades si llegara a ser necesario ya que posee su propia licencia de fabricación.

Una de las noticias más relevantes que se han publicado acerca de Volvo recientemente es que a finales de mayo de 1996 se anunció que tanto el presidente como el vicepresidente del Consejo de Administración de Volvo AB habían estado en México con el objeto de analizar la situación económica de México y sus perspectivas de crecimiento. De acuerdo a su evaluación, Volvo comenzaría en 1996 la comercialización de los vehículos de la división de autobuses de

Volvo, que como se mencionó anteriormente constituye uno de los sectores de actividad del consorcio Volvo AB a nivel mundial. Además, se determinó que para finales de 1996 otros ejecutivos de Volvo AB vendrían a México para determinar el monto de la inversión y la localización de la planta de producción. La decisión de Volvo de vender autobuses foráneos en México no fue superficial, ya que para finales de 1997 las unidades foráneas que tengan mas de 10 años de antigüedad serán retiradas de la circulación, por lo que el potencial demanda en este segmento será importante.

Finalmente, sólo queda mencionar que un sello distintivo de Volvo durante sus actividades en México ha sido su alta calidad, pues la calidad que ofrece en el país es la misma que en todo el mundo. Así, los productos de Volvo reflejan sus valores fundamentales: calidad, seguridad y preocupación por el medio ambiente.

Dirección de Volvo Trucks de México, S.A. de C.V.

Oficinas:

Prolongación Paseo de la
Reforma No. 600
1 er. piso Oficina 121
Col. Santa Fe Peña Blanca
México, D. F.
C.P. 01210
Teléfono: (5) 2 59 30 11
Fax: (5) 2 59 33 73

Dirección en Internet: <http://www.truck.volvo.se>

3.2.4. Capacidad de producción de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México

Planta	Número de días laborados en el año	Capacidad instalada (unidades diarias)	Capacidad utilizada (unidades diarias)	Producto final
Dina	238	6	2	Autobuses
	238	46	12.1	Camiones
	238	18	5.8	Tractocamiones
Kenworth Mexicana	250	24	11	Camiones y Tractocamiones
Mercedes-Benz México				
•Tianguistenco	249	58	5	Camiones y Tractocamiones
•Tianguistenco	249	36	4	Motores
•Monterrey	249	8	0	Camiones
Mexicana de Autobuses	231	6	2	Autobuses Integrales
Volvo Trucks de México	250	4	2	Tractocamiones
Scania de México	238	2.5	1	Tractocamiones
Capacidad Anual de la Industria		42,075	9,931.2	Autobuses, Camiones y Tractocamiones

Fuente: ANPACT

- El número de turnos considerados es 1 en todos los casos
- Volvo Trucks de México ensambla sus vehículos en la planta de General Motors, complejo Toluca.
- Navistar International Co. de México ensambla sus vehículos en la planta de Trailers de Monterrey
- El cálculo de la capacidad anual de la industria considera el número de días laborados en el año por cada empresa y por cada producto

3.2.5. La Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones (ANPACT)

Hubo dos acontecimientos que dieron origen a la creación de la Asociación que agrupa a los fabricantes de vehículos para el autotransporte. Por una parte, la separación del segmento de camiones pesados, autobuses y tractocamiones del resto de la industria automotriz para las negociaciones de los nuevos Decretos de la Industria Automotriz durante el año de 1989 y que llevó a la creación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de vehículos de Autotransporte y posteriormente a sus Reglas de Aplicación. Y por otra parte, la división de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá celebradas durante 1991 y 1992, en las que se establecieron las reglas para determinar los plazos de liberación del sector autotransporte, así como los diferentes niveles de Reglas de Origen y de participación de las inversiones.⁴³

Ante estos eventos, y de manera congruente con el proceso práctico de la aplicación del marco regulatorio para los fabricantes de equipo de autotransporte, los Directores de las empresas consideraron la conveniencia de crear un organismo que se enfocara a la coordinación de las actividades inherentes al desarrollo de este sector.

A partir del mes de diciembre de 1992 se protocoliza la constitución de la Asociación Nacional de Productores de Autobuses Camiones y Tractocamiones, A.C., ANPACT, e inicia sus actividades agrupando a todos los fabricantes de dichos vehículos existentes en dicho año. Las empresas fundadoras son: Cummins, S.A. de C.V., Detroit Diesel Allison, S.A. de C.V., DINA Camiones y DINA Autobuses, S.A. de C.V., Fábrica Nacional de Autobuses, S.A. de C.V., Kenworth

⁴³ ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996, México, 1997, 256 págs

Mexicana, S.A. de C.V., Mercedes-Benz México, S.A. de C.V., Mexicana de Autobuses, S.A. de C.V., Motores Perkins, S.A. de C.V., y Trailers de Monterrey, S.A. de C.V.

Como se puede observar, las empresas de motores a diesel participan en la ANPACT, ya que son un elemento inseparable de los vehículos, tanto por la influencia intrínseca del motor, como por la tecnología del mismo, que impulsa los cambios en los vehículos.

Entre los principales objetivos que se establecen en la constitución de la ANPACT, se señala la necesidad de crear una plataforma normativa en términos de emisiones de gases por el escape de los vehículos, de seguridad, de ruido, y de opacidad de humos, toda vez que en esos momentos no existía o no se actualizaba ninguna de las normas mencionadas.

Hasta 1996, las empresas afiliadas a la ANPACT eran las siguientes: Caterpillar Americas Co., Consorcio G Grupo Dina, S.A. de C.V., Cummins, S.A. de C.V., Detroit Diesel Allison de México, S.A. de C.V., Kenworth Mexicana, S.A. de C.V., Mercedes-Benz México, S.A. de C.V., Mexicana de Autobuses, S.A. de C.V., Navistar International Co. de México, S.A. de C.V., Scania de México, S.A. de C.V., y Volvo Trucks de México, S.A. de C.V.

La dirección de la ANPACT es:

Gabriel Mancera 114-A
Col. Del Valle
México, D.F.
C.P. 03100
Teléfonos: (5) 682 29 71, y
(5) 682 83 23
Fax: (5) 523 18 28

3.3. Desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Para continuar con el desarrollo del capítulo, una vez que se han estudiado las principales características de la industria fabricante de vehículos de autotransporte, de las empresas que la integran y de los productos que comercializa, es el momento de analizar el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996. La evaluación del desempeño de la industria no sólo constituye la parte central de este tercer capítulo, sino que también es el objetivo principal de esta investigación.

Como se estableció en el primer capítulo de este estudio, el desempeño de la industria se estudia con respecto al comportamiento de la inversión extranjera, la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. Cada uno de los tres aspectos antes mencionados es analizado detalladamente a lo largo de esta sección del capítulo. Además, a fin de comprender de una mejor manera el comportamiento de la inversión extranjera, la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y los niveles de empleo de la industria, una breve descripción del contexto general de la economía mexicana entre 1993 y 1996 antecede el análisis de los tres aspectos antes mencionados.

El lector debe considerar que los cuadros estadísticos que se presentan a lo largo de la presente sección hacen referencia a las diferentes empresas que conforman la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México bajo la nomenclatura que se indica en la siguiente página.

Nombre de la Empresa	Nomenclatura
Chrysler de México	Chrysler
Dina Camiones y Dina Autobuses	Dina
Fabrica Nacional de Autobuses	Fanasa
Ford Motor Co.	Ford
General Motors de México	GM
Kenworth Mexicana	KW
Mercedes-Benz México	MBM
Mexicana de Autobuses	Masa
Navistar International Corporation de México	Navistar
Omnibuses Integrales	OI
Chasises y Autopartes Oshmex	Oshmex
Scania de México	Scania
Trailers de Monterrey	Tramosa
Victor Patrón	Vipsa
Volvo Trucks de México	Volvo

3.3.1. Aspectos generales de la economía mexicana

Aunque el presente estudio no está enfocado a realizar un análisis detallado de la situación económica de México entre 1993 y 1996, es conveniente recordar brevemente los principales indicadores económicos del país en esos cuatro años, ya que de esta manera se logra una mejor comprensión del desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en este mismo periodo.⁴⁹

En 1993, la economía mexicana vivió una importante desaceleración con respecto a 1992, el cual detuvo el crecimiento que la industria había tenido en los últimos años. Así, mientras que en 1992 la economía mexicana había crecido en un 2.8%, para 1993 el PIB se situó en 0.7%. Por su parte, la inflación, que en 1992 había sido del 11.9%, para 1993 se redujo a 8.0%. No sucedió lo mismo con el tipo de cambio, el cual pasó de un deslizamiento anual de 1.4% en 1992 al 2.3% en 1993.

En 1994, el Producto Interno Bruto creció 3.5%, la inflación se situó en 7.1% y como indicador de las tasas de interés, el Costo Porcentual Promedio de Captación Bancaria (CPP) disminuyó 3.1 puntos porcentuales con relación a 1993, al ubicarse en 15.5%. Sin embargo, a finales de 1994 se presentó una abrupta devaluación.

En 1995, los problemas económicos se vieron complicados por otros aspectos de orden político y social. En ese año, la actividad económica disminuyó en -6.9%. Además, la expansión económica que se había iniciado desde el año de 1990 terminó con la devaluación del 71% del valor del Peso en diciembre de 1994. El tipo de cambio observó múltiples variaciones incluso hasta marzo de 1995 y esto provocó que para el mes de abril la inflación ya presentara una tasa del 8%. En consecuencia, la inflación terminó el año con un crecimiento anual de 52.0%, lo cual superó en 12.0 puntos porcentuales el aumento proyectado en el Programa de Emergencia Económica de 1995. Por si fuera poco, las tasas de interés llegaron a

⁴⁹ ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas, 1990-1996. México, 1997, 256 págs

alcanzar un nivel máximo de 86%, lo cual provocó una severa crisis en el sistema bancario.

En 1996 se observó un inesperado crecimiento en la economía mexicana en el segundo y tercer trimestre de 1996, lo que se reflejó en un crecimiento anual del Producto Interno Bruto del 5.0%. Aunado a lo anterior, los otros indicadores financieros también dieron señales positivas, aunque no permanentes. Por ejemplo, las tasas de interés de los Cetes a 28 días y el CPP mostraron una tendencia a la baja durante el año, a pesar de algunos altibajos, para quedar en 31.39% y 30.71% respectivamente durante 1996. Por su parte, el tipo de cambio también reflejó estabilidad al no salirse de una banda de 7.50 a 8.00 pesos por dólar y la inflación anual se ubicó en 27.70%. Durante el año se incrementó la captación de inversiones productivas, así como las del mercado de valores, y las exportaciones crecieron sobre todo en aquellas empresas globalizadas.

3.3.2. Inversión Extranjera Directa en la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

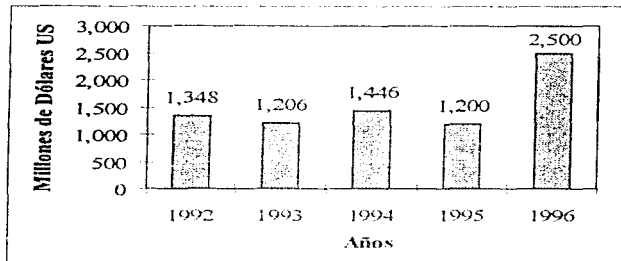
De acuerdo con la tercera regla del Acuerdo que Establece Reglas de Aplicación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte de 1990, las empresas de la industria terminal deberán proporcionar anualmente a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) información acerca de su inversión actual neta en activos fijos y también sobre las proyecciones o cálculos preliminares de inversiones para el año calendario siguiente.

Al inicio de la realización del presente estudio se pensaba que la información anterior podría ser consultada sin ninguna dificultad, por lo que el objetivo inicial del trabajo era analizar la Inversión Extranjera Directa (IED) presente en cada una de las empresas que conforman la industria fabricante de vehículos de autotransporte desde 1994 hasta 1996. Sin embargo, no fue posible obtener las cifras de

IED para cada una de las empresas del sector porque, según la Dirección General de la Industria Automotriz y la Dirección General de Inversión Extranjera de la SECOFI, el nivel de detalle de la información que se solicitaba es estrictamente confidencial ya que dicha información es parte del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras y, según el artículo 31 de la Ley de Inversiones Extranjeras vigente, el Registro no tiene carácter público.

No obstante lo anterior, la Secretaría accedió a proporcionar información sobre el monto total de la IED en el conjunto de empresas que conforman la industria automotriz terminal mexicana entre 1993 y 1996. La Gráfica 1 muestra los niveles de inversión antes mencionados.

Gráfica 1.
Monto y variación de la Inversión Extranjera Directa en la industria automotriz terminal de México entre 1993 y 1996



Fuente: Elaboración propia con datos de la SECOFI.

Como puede apreciarse en la gráfica 1, la IED alcanzó 1,206 millones de dólares (mdd) en 1993, lo que representó una disminución de

10.53% con respecto a 1992. Para 1994, la IED se ubicó en 1,446 mdd, lo cual significó un aumento de 19.90% con respecto al año anterior. En 1995 la IED disminuyó en un 17.01% con respecto a 1994 y sólo se alcanzó la cantidad de 1,200 mdd, que representa la cifra más baja del período 93-96 y es un fenómeno que ocurre en el año inmediatamente posterior a la crisis financiera mexicana de diciembre de 1994. No obstante lo anterior, en 1996 la IED aumentó en un 108.33% con respecto a 1995, lo cual hace que la IED alcance la cantidad de 2,500 mdd en 1996 que es la cifra más alta de IED que se haya registrado en el período de 1993 a 1996.

La gráfica 1 incluye información de todas las empresas que conforman la industria terminal en México. Es decir, incluye información tanto de las empresas que ensamblan vehículos de autotransporte como de aquellas que sólo ensamblan automóviles y camiones ligeros, mejor conocidos como automotores. Por ello, es evidente que la naturaleza de las cifras de la gráfica 1 no permite conocer el comportamiento exacto de la IED en la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Sin embargo, la importancia de la gráfica 1 radica en que el comportamiento de la IED en la industria fabricante de vehículos de autotransporte debió tener un comportamiento muy similar, en monto y variaciones, al que tuvo la IED en el conjunto de la industria terminal. Esto se debe a que algunas compañías fabricantes de vehículos de autotransporte, como Chrysler, Ford, General Motors y Mercedes-Benz, también fabrican vehículos automotores, por lo que aún cuando sólo se tuviera información de la inversión extranjera en las empresas que integran la industria fabricante de vehículos de autotransporte, no sería posible distinguir la proporción de la inversión extranjera que estas compañías destinan exclusivamente a la fabricación de vehículos de autotransporte de aquella destinada a la fabricación de vehículos automotores.

Ya se ha mencionado que no fue posible obtener información acerca del monto de la inversión extranjera en cada una de las empresas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Sin embargo, eso no impide analizar la participación de mercado de las empresas extranjeras con respecto a la participación de mercado de las empresas nacionales, lo cual es tal vez la parte más interesante del análisis de la inversión extranjera en cualquier industria porque

permite saber el grado de competitividad de las empresas nacionales con respecto a las empresas extranjeras. El cuadro 1 muestra la participación de mercado de las empresas mexicanas y extranjeras con respecto al gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996.

Cuadro 1.
Participación de mercado de las empresas mexicanas
y extranjeras con respecto al gran total de ventas
de la industria entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Chrysler	16.33	14.55	4.45	4.14	5,491	4,949	321	480
Ford	0.00	6.79	11.56	6.39	0	2,309	833	740
GM	0.00	0.96	6.99	9.73	0	328	504	1,128
KW	7.97	10.34	7.99	22.29	2,681	3,519	576	2,583
MBM	31.50	31.29	25.76	23.88	10,596	10,644	1,857	2,768
Scania	0.00	0.00	1.32	0.84	0	0	95	97
Volvo	0.23	0.42	1.97	0.85	76	142	142	99
Total extranjeras	56.02	64.35	60.04	68.12	18,844	21,891	4,328	7,895
Dina	39.19	31.85	37.07	28.79	13,183	10,837	2,672	3,337
Fanasa	0.04	0.02	0.00	0.00	15	6	0	0
MASA	3.18	2.23	1.68	2.23	1,070	759	121	259
OI	1.01	0.59	0.67	0.58	340	202	48	67
Oshmex	0.00	0.96	0.54	0.27	0	326	39	31
Tramosa	0.01	0.00	0.00	0.00	3	0	0	0
Vipsa	0.54	0.00	0.00	0.00	180	0	0	0
Total mexicanas	43.98	35.65	39.96	31.88	14,791	12,130	2,880	3,694
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	33,635	34,021	7,208	11,589

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

El concepto del gran total de ventas será explicado ampliamente en la sección sobre las ventas de la industria mexicana de vehículos de autotransporte, por lo que ahora sólo se mencionará que la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de la industria representa la cantidad total de unidades vendidas, tanto en el país como en el exterior, por una empresa establecida en México en un año determinado con respecto al total de unidades vendidas, tanto en México como en el exterior, por el conjunto de empresas que integran la industria.

A través del cuadro 1 es posible conocer el número de empresas mexicanas y extranjeras que integran la industria, así como la participación de mercado de las empresas mexicanas y extranjeras, ya sea en conjunto o con respecto a cada una de las empresas. De esta manera, es posible saber que de las diez empresas que tuvieron ventas en 1993, sólo cuatro fueron extranjeras y seis fueron mexicanas, y que esta relación cambió drásticamente para 1996, cuando de las 11 empresas que participaron en el mercado, siete fueron extranjeras y sólo cuatro fueron mexicanas.

El fenómeno del aumento del número de empresas extranjeras y la disminución del número de empresas mexicanas en la industria fabricante de vehículos de autotransporte también ha estado acompañado por un aumento de la participación de mercado del conjunto de empresas extranjeras y una consecuente disminución de la participación de mercado de las empresas mexicanas. En efecto, el cuadro 1 permite observar que las empresas extranjeras no sólo han controlado más de la mitad del gran total de ventas de la industria de vehículos de autotransporte establecida en México entre 1993 y 1996, sino que además, la participación de mercado de las empresas extranjeras ha tenido una tendencia a crecer entre 1993 y 1996. En 1993, las ventas de las empresas extranjeras representaron el 56.02% del gran total de ventas, en 1994 representaron el 64.35%, y aunque en 1995, después de la crisis de diciembre de 1994, la participación de las empresas extranjeras bajó a 60.04%, en 1996 las ventas de las empresas extranjeras representaron el 68.12% del gran total de ventas, es decir, sus ventas superaron por primera vez las dos terceras partes del gran total de ventas en el período 93-96.

Finalmente, sólo queda mencionar que paralelamente al aumento de la participación de mercado del conjunto de empresas extranjeras y a la disminución de la participación de mercado de las empresas mexicanas, el cuadro I también hace evidente que el número de empresas extranjeras que son competitivas es mayor que el número de empresas mexicanas que son competitivas. Lo anterior no quiere decir que las empresas extranjeras sean más competitivas que las empresas mexicanas, sino simplemente que existe una mayor cantidad de empresas extranjeras competitivas que de empresas mexicanas competitivas. Por ejemplo, mientras que el conjunto de empresas extranjeras con ventas en 1996 incluye a dos empresas extranjeras con ventas de más del 20% del gran total ventas del mercado y a dos empresas con ventas de más del 5%, el conjunto de empresas mexicanas con ventas en 1996 sólo incluye a una compañía con ventas de más del 20% del gran total ventas del mercado y, a diferencia del conjunto de empresas extranjeras, ninguna de las demás compañías mexicanas con ventas en 1996 alcanza siquiera el 4% del gran total ventas del mercado. En 1993, 1994 y 1995 existen relaciones muy similares a la anteriormente descrita. En conclusión, mientras que entre las empresas extranjeras siempre destacan las ventas de dos o tres empresas, entre las empresas mexicanas prácticamente sólo la empresa Dina tiene un porcentaje elevado de participación de mercado respecto al gran total de ventas.

El análisis sobre la participación de mercado de las empresas extranjeras con respecto a la participación de mercado de las empresas nacionales podrá ser profundizado en la siguiente sección, en donde se presenta un análisis sobre la participación de mercado de las empresas con respecto a cada nivel de la estructura de ventas de la industria de vehículos de autotransporte establecida en México.

3.3.3. Las ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte: las exportaciones, el mercado nacional y la balanza comercial

El análisis del comportamiento de las exportaciones e importaciones de vehículos de autotransporte es una parte fundamental del presente estudio para evaluar las consecuencias del TLCAN en el desempeño de la industria de vehículos de autotransporte bajo los criterios establecidos en el primer capítulo de la investigación.

A fin de ofrecer una visión de la importancia real de las ventas de exportación y de importación con respecto al gran total de ventas de la industria, se analizarán también las ventas en el mercado nacional y la balanza comercial de la industria fabricante de vehículos de autotransporte.

El cuadro 2 muestra la estructura de las ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México.

Cuadro 2.
Estructura de las ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México



Como se puede apreciar en el cuadro 2, el gran total de ventas está compuesto por la suma de las ventas en el mercado de exportación y las ventas en el mercado nacional. A su vez, en éstas últimas se incluyen a las ventas de producción nacional y a las ventas de importación. Al hablar de las ventas de producción nacional deberá entenderse que el calificativo "producción nacional" se utiliza únicamente para hacer referencia a los vehículos de autotransporte que se venden en el mercado nacional y que no son de importación. El calificativo "producción nacional" en ningún momento hace referencia al conjunto de vehículos de autotransporte producidos en México, sino únicamente al subconjunto de estos vehículos que son producidos y vendidos en México.

La comprensión de la estructura de las ventas de la industria de vehículos de autotransporte es esencial para comprender el desarrollo del presente capítulo y los diferentes cuadros estadísticos que se presentan a lo largo del trabajo.

El análisis de las ventas de la industria de vehículos de autotransporte se realizará de acuerdo a la estructura de ventas de la industria. En consecuencia, inicialmente se analizará el gran total de ventas de la industria para posteriormente analizar las ventas en el mercado de exportación y las ventas en el mercado nacional, el cual incluye a su vez, el análisis sobre las ventas de producción nacional y sobre las ventas de importación. Además, a fin de establecer una relación entre las ventas de exportación y las ventas de importación de la industria, se analizará también la balanza comercial de la industria de vehículos de autotransporte.

Por otra parte, en cada nivel de la estructura de ventas se analizarán sistemáticamente tres aspectos diferentes. Primero se hará referencia al comportamiento general del total de ventas correspondiente a cada uno de los niveles de la estructura de ventas, después se hará un análisis sobre las ventas por segmentos respecto al total de ventas en cada nivel de la estructura y finalmente, se harán algunas

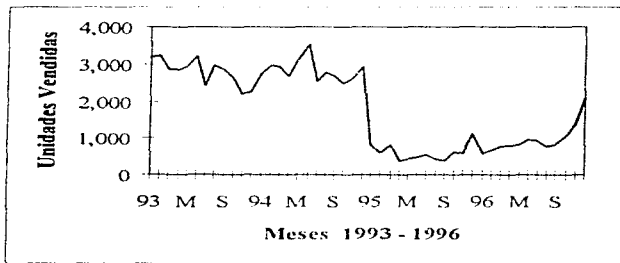
observaciones sobre la participación de mercado de las empresas respecto al total de ventas en cada nivel de la estructura. La balanza comercial de la industria también se analizará también bajo los tres criterios anteriormente mencionados, es decir, se analizará comportamiento del saldo total, el comportamiento de los saldos de la balanza comercial por segmentos de mercado y el saldo de la balanza comercial de las empresas fabricantes.

A continuación se presenta el estudio sobre el gran total de ventas de la industria, el cual será evaluado desde tres puntos de vista. Primero, se harán algunos comentarios sobre el comportamiento general del gran total de ventas; en segundo lugar, se hablará sobre el comportamiento de las ventas por segmentos respecto al gran total de ventas; y finalmente, se hará un análisis sobre la participación de mercado de las empresas con respecto al gran total de ventas de la industria de vehículos de autotransporte.

3.3.3.1. Comportamiento del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte

La gráfica 2 muestra el comportamiento mensual del gran total de ventas de vehículos de autotransporte de enero de 1993 a diciembre de 1996. Esta gráfica incluye las ventas en el mercado de exportación y las ventas en el mercado nacional y en ella se puede apreciar con toda claridad la drástica caída que sufrieron las ventas después de la crisis financiera mexicana de diciembre de 1994.

Gráfica 2.
Comportamiento mensual del gran total de
ventas de vehículos de autotransporte
de enero de 1993 a diciembre de 1996



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

La importancia de la gráfica 2 radica en que hace evidente que el comportamiento del gran total de ventas de vehículos de autotransporte está íntimamente ligado al desempeño general de la economía. Así, mientras que las ventas de cualquier mes de 1993 y

1994 siempre se encontraban por arriba de las 2,000 unidades, no fue sino hasta diciembre de 1996 cuando se volvió a superar el nivel de las 2,000 unidades mensuales.

El cuadro 3 resume la cantidad de vehículos de autotransporte vendidos anualmente desde 1993 hasta 1996, así como las variaciones porcentuales entre las cifras de un año con respecto al anterior.

Cuadro 3.
Variación del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Mercado	93	94	95	96
Exportación	1,040	748	1,771	2,779
<i>Variación</i>		-28.08%	136.76%	56.92%
Mercado Nacional	32,595	33,273	5,437	8,810
<i>Variación</i>		2.08%	-83.66%	62.04%
Gran total de ventas	33,635	34,021	7,208	11,589
<i>Variación</i>		1.15%	-78.81%	60.78%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se había mencionado en el punto "Aspectos generales de la economía mexicana", la devaluación del 71% del valor del peso con respecto al dólar en diciembre de 1994, la inflación y las altas tasas de interés, afectaron severamente el desempeño de la economía mexicana durante 1995. Como se puede apreciar en el cuadro 3, para la industria fabricante de vehículos de autotransporte, la disminución de la actividad económica ocasionó que el gran total de ventas de 1995 se redujera en un 78.81% con respecto al de 1994. Aun cuando el gran total de ventas de 1996 aumentó en un 60.78% con respecto a 1995, el gran total de ventas de 1996 apenas representó un poco más de la tercera parte (34.06%) del gran total de ventas de 1994. Por ello, es evidente que la recuperación del nivel del gran total de ventas de 1994 llevará al menos un par de años más. Si el gran total de ventas de vehículos de autotransporte siguiera aumentando anualmente en un 60% a partir de 1996, no sería sino hasta 1999 cuando el gran total de

ventas de 1994 sería superado. Sin embargo, queda aún por ver si es posible mantener un aumento anual del gran total de ventas igual o superior al 60% a partir de 1996.

Finalmente, sólo resta recordar que aunque hasta ahora sólo se ha hablado del comportamiento general del gran total de ventas de vehículos de autotransporte, en las siguientes secciones se analizará la importancia del total de ventas de exportación y del total de ventas en el mercado nacional con respecto al gran total de ventas y de las diferencias y similitudes entre los comportamientos de estos tres índices de ventas.

3.3.3.2. Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al gran total de ventas

Para complementar el análisis sobre el gran total de ventas de la industria de vehículos de autotransporte, en esta sección se hablará del porcentaje de ventas que representa cada segmento del mercado de vehículos de autotransporte respecto al gran total de ventas de la industria. El cuadro 4 muestra esta información

Cuadro 4.
Porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al gran total de ventas entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones	47.08	49.52	63.65	54.53	15,834	16,847	4,588	6,319
Chasis Pasaje	20.72	22.04	14.83	22.23	6,968	7,498	1,069	2,576
Construcción	3.43	2.91	2.86	2.28	1,152	991	206	264
Quinta Rueda	15.94	18.78	13.85	15.40	5,363	6,388	998	1,785
Autobuses	12.84	6.75	4.74	5.57	4,318	2,297	342	645
V. Especiales	0.00	0.00	0.07	0.00	0	0	5	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	33,635	34,021	7,208	11,589

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

La información del cuadro 4 nos permite saber cuál es el segmento de mayor venta al interior de la industria de vehículos de autotransporte. A través de él es posible saber que de las 11,589 unidades vendidas por el conjunto de la industria en 1996, un total de 6,319, es decir, el 54.53% del gran total de ventas, fueron camiones clases 6, 7 y 8. De igual forma, la observación del cuadro 4 permite saber que, entre 1993 y 1996, los segmentos de mayor venta respecto al gran total de ventas de la industria, en orden de importancia, han sido los camiones de clases 6, 7 y 8, el chasis para pasaje de clases 5, 6, 7 y 8, y los tractocamiones quinta rueda. Las ventas de vehículos de autotransporte de estos tres segmentos representaron entre 1994 y 1996, al menos el 90% de las ventas de la industria. En 1993, esos tres segmentos sólo representaron el 83.74% del total ya que las ventas de autobuses integrales alcanzaron el 12.84% del gran total de ventas debido a la expectativa sobre la apertura que tendrían los servicios de transporte foráneo de pasajeros con la entrada en vigor del TLCAN.

El análisis del comportamiento de las ventas por segmentos respecto al gran total de ventas también permite saber cómo varían anualmente las cifras de ventas por segmentos de mercado respecto al gran total de ventas. El cuadro 5 presenta esta información.

Cuadro 5.
Variación de las ventas por segmentos de mercado
respecto al gran total de ventas 1993-1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones		6.40	-72.77	37.73	15,834	16,847	4,588	6,319
Chasis Pasaje		7.61	-85.74	140.97	6,968	7,498	1,069	2,576
Construcción		-13.98	-79.21	28.16	1,152	991	206	264
Quinta Rueda		19.11	-84.38	78.86	5,363	6,388	998	1,785
Autobuses		-46.80	-85.11	88.60	4,318	2,297	342	645
V. Especiales				-100.00	0	0	5	0
Total		1.15	-78.81	60.78	33,635	34,021	7,208	11,589

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Las variaciones porcentuales presentadas en el cuadro 5 son muy valiosas porque revelan cómo han reaccionado los diferentes segmentos del mercado ante las distintas fluctuaciones de la actividad económica del país, incluyendo sus relaciones con el exterior. Por ejemplo, a pesar de que el gran total de ventas de 1994 se elevó un 1.15% con respecto al de 1993, el cuadro 5 muestra que durante 1994 las ventas del segmento de construcción tuvieron un descenso del -13.98% con respecto al año anterior y que este descenso fue mucho mayor en el segmento de autobuses integrales, en el cual las ventas se redujeron casi a la mitad de las que había habido en 1993. En el siguiente caso, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, el gran total de ventas cayó un 78.81%, pero hubo tres segmentos cuyas ventas resintieron aún más la baja en la demanda de los mercados nacional y de exportación y cuyas ventas cayeron más del 84%, entre ellos dos de los principales segmentos, los tractocamiones quinta rueda, y los chasis para pasaje. De la misma forma, mientras que el gran total de ventas mostraba una mejoría del 60.78% en 1996, los segmentos de chasis para pasaje, autobuses integrales y tractocamiones quinta rueda registraban alzas más importantes que las del gran total de ventas de la industria. En conclusión, la importancia del cuadro 5 radica en que, a través de las variaciones que en él se muestran es posible saber en qué segmentos bajan más las ventas después de una crisis económica y en qué segmentos la recuperación es más pronunciada, lo cual es una experiencia que puede ayudar a las diferentes empresas de la industria a planear cómo hacer frente a una crisis.

Finalmente, sólo queda mencionar que el análisis del comportamiento de las ventas por segmentos respecto al gran total de ventas será mucho más objetivo cuando se analice el comportamiento de las ventas por segmentos respecto a cada uno de los mercados que componen el gran total de ventas de la industria, es decir, respecto al mercado de exportación y respecto al mercado nacional. La mayor objetividad se deberá a que, como se verá más adelante, las ventas en cada uno de los dos mercados tienen su propia dinámica y a que la integración de las cifras del gran total de ventas impide analizar qué es lo que verdaderamente sucede con cada segmento en cada uno de los mercados cuyas ventas componen el gran total de ventas.

3.3.3.3. Participación de mercado de las empresas con respecto al gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte

Para complementar el análisis sobre gran total de ventas de la industria de vehículos de autotransporte, es necesario hacer referencia a la participación de mercado de las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte en el gran total de ventas.

Cuadro 6.
Participación de mercado de las empresas con respecto al gran total de ventas entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Chrysler	16.33	14.55	4.45	4.14	5,491	4,949	321	480
Dina	39.19	31.85	37.07	28.79	13,183	10,837	2,672	3,337
Fanasa	0.04	0.02	0.00	0.00	15	6	0	0
Ford	0.00	6.79	11.56	6.39	0	2,309	833	740
GM	0.00	0.96	6.99	9.73	0	328	504	1,128
KW	7.97	10.34	7.99	22.29	2,681	3,519	576	2,583
MBM	31.50	31.29	25.76	23.88	10,596	10,644	1,857	2,768
MASA	3.18	2.23	1.68	2.23	1,070	759	121	259
OI	1.01	0.59	0.67	0.58	340	202	48	67
Oshmex	0.00	0.96	0.54	0.27	0	326	39	31
Scania	0.00	0.00	1.32	0.84	0	0	95	97
Tramosa	0.01	0.00	0.00	0.00	3	0	0	0
Vipsa	0.54	0.00	0.00	0.00	180	0	0	0
Volvo	0.23	0.42	1.97	0.85	76	142	142	99
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	33,635	34,021	7,208	11,589

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se recordará, el gran total de ventas está compuesto por el total las ventas en el mercado de exportación y el total de ventas en el mercado nacional e incluye todas las clases y segmentos. Por ello, la participación de mercado de algunas empresas que sólo compiten en segmentos muy específicos resulta muy pequeña con respecto al gran total de ventas. Sin embargo, el cuadro 6 permite conocer con toda precisión quiénes son los principales fabricantes de vehículos de autotransporte en México. Como se puede apreciar en el cuadro 6, Dina fue la empresa líder con respecto al gran total de ventas de vehículos de autotransporte en México entre 1993 y 1996. Por su parte, Mercedes-Benz México ocupó el segundo lugar durante el mismo periodo y el tercer lugar fue ocupado por Chrysler en 1993 y 1994, por Ford en 1995 y por Kenworth en 1996, lo cual habla ya de la creciente competencia que se ha dado en el sector después de la entrada en vigor del TLCAN. En efecto, mientras que en 1993 la suma de la participación de mercado de Dina y Mercedes-Benz alcanzaba el 70.69% del mercado, en 1993 la suma se redujo a 63.14%, en 1994 a 62.83% y en 1996 a 52.67%, lo cual permite apreciar con toda claridad que la participación de mercado de ambas empresas tiende a disminuir como consecuencia de la creciente competencia en el sector, aunque también debe destacarse que a pesar de la competencia que ya se ha dado, ambas empresas no sólo se han mantenido como líderes del sector sino que, aún en 1996, han logrado compartir más de la mitad del mercado total de vehículos de autotransporte en México entre 1993 y 1996.

3.3.3.4. Las ventas en el mercado de exportación de vehículos de autotransporte

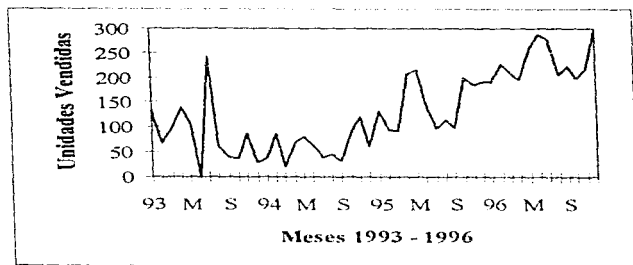
Esta sección del capítulo está dedicada analizar el comportamiento de las ventas de vehículos de autotransporte en el mercado de exportación, el cual será evaluado desde tres puntos de vista. Primero, se harán algunos comentarios sobre el comportamiento general de las ventas en el mercado de exportación; en segundo lugar, se hablará sobre el comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas en el mercado de exportación; y finalmente, se hará un análisis sobre la participación de mercado de las empresas con

respecto al total de ventas en el mercado de exportación. Adicionalmente, también se hace referencia a las exportaciones hacia Estados Unidos, así como a las compañías que más ventas de exportación realizaron tanto a ese país como al conjunto de países a los que se destinan el total de las ventas del mercado de exportación.

3.3.3.4.1. Comportamiento de las ventas en el mercado de exportación

La gráfica 3 muestra el comportamiento mensual de las ventas de exportación de la industria fabricante de vehículos de autotransporte de enero de 1993 a diciembre de 1996.

Gráfica 3.
Comportamiento mensual del total de ventas de exportación de vehículos de autotransporte de enero de 1993 a diciembre de 1996



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede observar, las ventas de exportación de 1994 disminuyeron con respecto a las de 1993, pero tuvieron una clara tendencia a aumentar desde enero de 1995 hasta finales de 1996. Para ilustrar mejor estas variaciones, el cuadro 7 resume la cantidad total de unidades vendidas anualmente desde 1993 hasta 1996.

Cuadro 7.
Variación del total unidades vendidas en el mercado de exportación entre 1993 y 1996

Mercado	93	94	95	96
Exportación	1,040	748	1,771	2,779
<i>Variación</i>		-28.08%	136.76%	56.92%
Mercado Nacional	32,595	33,273	5,437	8,810
<i>Variación</i>		2.08%	-83.66%	62.04%
Gran total de ventas	33,635	34,021	7,208	11,589
<i>Variación</i>		1.15%	-78.81%	60.78%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede apreciar en el cuadro 7, la cantidad total de unidades vendidas en el mercado de exportación ha aumentado constantemente en 1995 y 1996, aunque no deja de llamar la atención la disminución de las ventas de exportación de 1994 con respecto a las de 1993. Esta disminución se debió a que en 1994 aumentó ligeramente la demanda en el mercado nacional con respecto a 1993.

Por el contrario, en 1995, después de la devaluación de 1994, la cantidad de vehículos exportados aumentó en más del 100% debido a que el total de ventas en el mercado nacional cayó en más del 80% con respecto a 1994. De esto se deduce que las ventas en el mercado de exportación están en función de la demanda en el mercado nacional. Si el mercado nacional es lo suficientemente fuerte para absorber la oferta de vehículos de autotransporte, estos vehículos tienden a venderse casi en su totalidad en México, como sucedió en 1993 y 1994. En el caso contrario, si la demanda en el mercado nacional se reduce, como sucedió en 1995, las ventas de exportación

tienden a aumentar. En 1996 aumentaron tanto las ventas en el mercado nacional como las ventas en el mercado de exportación porque las ventas de 1996 representan apenas un poco más de la tercera parte de las de 1994, lo que significa que la oferta sigue siendo mayor que la demanda nacional. Sin embargo, como lo muestra el cuadro 8, el porcentaje de las exportaciones con respecto al gran total de ventas en 1996 disminuyó ligeramente con respecto al de 1995, porque el mercado nacional empezó a recuperarse, lo cual confirma que si el mercado nacional es lo suficientemente fuerte para absorber la oferta de vehículos de autotransporte, estos vehículos tienden a venderse casi en su totalidad en México.

Cuadro 8.
Porcentaje del total de ventas de exportación con respecto al gran total de ventas (GTV) entre 1993 y 1996

Mercado	93	94	95	96
Exportación	1,040	748	1,771	2,779
<i>Porcentaje del GTV</i>	3.09%	2.20%	24.57%	23.98%
Mercado Nacional	32,595	33,273	5,437	8,810
<i>Porcentaje del GTV</i>	96.91%	97.80%	75.43%	76.02%
Gran total de ventas	33,635	34,021	7,208	11,589
<i>Porcentaje</i>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

3.3.3.4.2. Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas en el mercado de exportación

Para complementar el análisis sobre las ventas en el mercado de exportación de la industria de vehículos de autotransporte, en esta sección se hablará primeramente del porcentaje de ventas que representa cada segmento del mercado de vehículos de autotransporte respecto al total de ventas en el mercado de exportación de la industria. El cuadro 9 muestra esta información.

Cuadro 9.
Porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al total de ventas en el mercado de exportación entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones	31.54	67.51	58.55	65.67	328	505	1,037	1,825
Chasis Pasaje	67.40	24.20	12.14	11.73	701	181	215	326
Construcción	1.06	7.09	6.61	6.30	11	53	117	175
Quinta Rueda	0.00	1.20	15.13	6.44	0	9	268	179
Autobuses	0.00	0.00	7.57	9.86	0	0	134	274
V. Especiales	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	1,040	748	1,771	2,779

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede observar en el cuadro 9, los camiones de clases 6, 7 y 8 son sin lugar a dudas el segmento en el que ha habido más ventas de exportación desde 1994. Como se recordará, al analizar el porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al gran total de ventas de la industria se había mostrado que este segmento también era el más importante, aunque con la diferencia de que, con respecto al gran total de ventas, el segmento de camiones de clases 6, 7 y 8 había sido el segmento de mayores ventas desde 1993. Con relación al

total de ventas de exportación, el segmento de chasis para pasaje fue el segmento más importante en 1993, pero en 1994 y 1996 las ventas de exportación de chasis para pasaje se ubicaron en la segunda posición con respecto al total de ventas de exportación. En 1995, el segmento cuyas ventas ocuparon el segundo lugar con relación al total de ventas de exportación fue el de tractocamiones quinta rueda. Como se puede apreciar, el porcentaje de las ventas de los segmentos del mercado con relación al total de ventas de exportación puede variar año con año, lo que permite ver que, a excepción de las ventas de camiones pesados, chasis para pasaje y vehículos para la construcción, los demás segmentos no han tenido ventas de exportación constantes entre 1993 y 1996. En efecto, las ventas de exportación de tractocamiones comenzaron en 1994, y las de autobuses integrales hasta 1995. El cuadro 10 permite analizar cómo han evolucionado las ventas en cada segmento con relación al total de ventas de exportación.

Cuadro 10.
Variación de las ventas por segmentos de mercado
respecto al total de ventas de exportación entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones		53.96	105.35	75.99	328	505	1,037	1,825
Chasis Pasaje		-74.18	18.78	51.63	701	181	215	326
Construcción		381.82	120.75	49.57	11	53	117	175
Quinta Rueda			2877.78	-33.21	0	9	268	179
Autobuses				104.48	0	0	134	274
V. Especiales					0	0	0	0
Total		-28.08	136.76	56.92	1,040	748	1,771	2,779

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

En la sección sobre el comportamiento de las ventas en el mercado de exportación se había comentado que si la demanda en el mercado nacional se reduce, las exportaciones tienden a aumentar, y eso queda claramente demostrado con el aumento de las ventas de exportación de

1995 con respecto a 1994. Ante la caída de la demanda nacional ocasionada por la crisis financiera de diciembre de 1994, las ventas de exportación crecieron 136.76% en 1995, y en ese año todos los segmentos en los que ya había ventas de exportación registraron incrementos en las ventas con respecto a 1994, aunque ningún incremento fue tan extraordinario como el aumento de 2,877% que se dio en las ventas de exportación del segmento de tractocamiones. Para 1996, las ventas de exportación siguieron aumentando en todos los segmentos, excepto en el de tractocamiones, cuyas ventas de exportación se redujeron una tercera parte con respecto a 1995.

La conclusión que podría surgir al observar los aumentos en las ventas de exportación de prácticamente todos los segmentos del mercado entre 1995 y 1996 es que el mercado de exportación es muy descuidado por las empresas fabricantes cuando las ventas en el mercado nacional superan las 30,000 unidades. Sin embargo, el desinterés de los fabricantes por el mercado de exportación cuando el mercado nacional alcanza las 30,000 unidades tal vez se deba a que, aún manteniendo un nivel de 2,500 unidades vendidas en el mercado de exportación, que sería una cantidad intermedia entre las ventas de exportación de 1995 y 1996, este nivel de ventas apenas haría que el mercado de exportación representara un 7.69% del gran total de ventas. Si a esto se agrega el hecho de que para algunos fabricantes tal vez sea más caro vender en el mercado de exportación que en el mercado nacional, el resultado es que vender en el mercado de exportación tal vez no represente una relación de costo-beneficio adecuada para todos fabricantes, puesto que algunas compañías estarían concentrando grandes esfuerzos y recursos en una parte muy pequeña del mercado representado por el gran total de ventas.

No obstante lo anterior, también es necesario reconocer que el mercado de exportación es sumamente importante con respecto al gran total de ventas de algunos segmentos. El cuadro 11 muestra esta información.

Cuadro 11.
Porcentaje de las ventas de exportación con respecto
al gran total de ventas por segmentos entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)			
	93	94	95	96
Camiones	2.07	3.00	22.60	28.88
Chasis Pasaje	10.06	2.41	20.11	12.66
Construcción	0.95	5.35	56.80	66.29
Quinta Rueda	0.00	0.14	26.85	10.03
Autobuses	0.00	0.00	39.18	42.48
V. Especiales	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	3.09	2.20	24.57	23.98

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 11 es posible saber, por ejemplo, que del gran total de unidades vendidas en el segmento de vehículos para la construcción durante 1996, el 66.29% se vendió en el mercado de exportación. La importancia del cuadro 11 es que permite saber cuál es la relación entre el total de exportaciones de cada segmento y el gran total de ventas del mismo segmento. Así, es posible observar que a partir de 1995, la relación entre el total de exportaciones de cada segmento y su gran total de ventas cambió radicalmente. En efecto, mientras que en 1993 y 1994 la proporción de las ventas de exportación de cada segmento con respecto al gran total de ventas de cada segmento no superó el 11% en ningún segmento, en 1995 y 1996 prácticamente todos los segmentos superaron ese porcentaje. Es decir, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, una parte considerable del gran total de ventas de cada segmento se realizó en el extranjero. En 1995, los tres segmentos cuyas ventas de exportación tuvieron una mayor proporción respecto al gran total de ventas por segmentos fueron, en orden de importancia, el segmento de vehículos para la construcción, los autobuses integrales y los tractocamiones quinta rueda. Para 1996, los tres segmentos cuyas ventas de exportación tuvieron una mayor proporción respecto al gran total de ventas por segmentos fueron, en orden de importancia, el segmento de

vehículos para la construcción, los autobuses integrales y los camiones de clases 6, 7 y 8.

Entre todos los casos de 1995 y 1996, destaca el segmento de vehículos para la construcción cuyo gran total de ventas dependió más que cualquier otro segmento de las ventas de exportación que de las ventas en el mercado nacional en ambos años. En efecto, en 1995 más del 50% del gran total de unidades de vehículos para la construcción se vendieron en el extranjero y en 1996, esta relación aumentó a más del 60%. Se ha mencionado que el gran total de ventas del segmento de vehículos para la construcción "dependió" de las ventas de exportación más que de las ventas en el mercado nacional porque, aunque podría pensarse que es positivo el hecho de que las ventas de exportación del segmento aumenten hasta convertirse en el 66.29% de su gran total de ventas, para poder interpretar objetivamente la información del cuadro 11 es necesario tomar en cuenta dos factores adicionales. Primero, no debe olvidarse que en 1993 las ventas de exportación del mismo segmento apenas significaban menos del 1% de su gran total de ventas y, segundo, se debe recordar que las 264 unidades que representan el gran total de ventas de ese segmento en 1996 apenas representan el 22.92% del gran total de ventas de ese segmento en 1993 (ver cuadro 4). En conclusión, la alta proporción de las ventas de exportación con respecto al gran total de ventas en los segmentos del mercado de vehículos de autotransporte en 1995 y 1996 es resultado de la caída en el mercado nacional y no de que las ventas de exportación aumenten sobre la base de un mercado nacional con ventas constantes entre 1993 y 1996. Si las ventas en el mercado nacional se encontraran por arriba de las 30,000 unidades y el porcentaje de las ventas de exportación con respecto al gran total de ventas por segmentos variara entre el 20 y el 70%, entonces sí se podría hablar de que las exportaciones crecen de manera independiente al comportamiento en el mercado nacional, mientras esto no suceda, como es el caso de las ventas de exportación por segmentos durante 1995 y 1996, será evidente que la alta proporción de las ventas de exportación respecto al gran total de ventas por segmentos es principalmente un resultado de la caída de las ventas por segmentos en el mercado nacional.

3.3.3.4.3. Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado de exportación

El cuadro 12 muestra la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado de exportación, así como la cantidad de unidades vendida por cada una de las empresas en el mercado de exportación.

Cuadro 12.
Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado de exportación entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Chrysler	58.75	30.35	1.86	0.00	611	227	33	0
Dina	41.25	69.65	49.97	35.05	429	521	885	974
Ford	0.00	0.00	3.05	0.00	0	0	54	0
GM	0.00	0.00	0.00	1.51	0	0	0	42
KW	0.00	0.00	13.33	47.03	0	0	236	1,307
MBM	0.00	0.00	22.25	14.50	0	0	394	403
MASA	0.00	0.00	0.00	0.14	0	0	0	4
Oshmex	0.00	0.00	1.75	0.00	0	0	31	0
Scania	0.00	0.00	5.08	1.76	0	0	90	49
Volvo	0.00	0.00	2.71	0.00	0	0	48	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	1,040	748	1,771	2,779

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se recordará, las ventas al exterior en 1995 aumentaron un 136.76% con respecto a 1994. Ahora, el cuadro 12 permite observar que este fenómeno estuvo acompañado por un aumento en la cantidad de compañías que comenzaron a exportar. El cuadro 12 permite apreciar como, mientras que en 1993 y 1994 sólo las empresas Chrysler y Dina habían exportado, el número de empresas

exportadoras aumento a 8 en 1995 ante la caída del mercado nacional. Por el contrario, la recuperación del mercado nacional en 1996 influyó en la disminución de las ventas de exportación de la mitad de las empresas que habían exportado durante 1995. No obstante lo anterior, la otra mitad de las empresas aumentaron sus exportaciones o bien comenzaron a exportar durante 1996, como es el caso de General Motors y de Mexicana de Autobuses. Entre las empresas que aumentaron sus exportaciones, destaca el aumento de las ventas de Kenworth, las cuales representaron el 47% del total de las ventas de exportación en 1996.

Debido a que ninguna otra empresa aumentó sus ventas en el exterior de manera tan significativa como lo hizo Kenworth en 1996, se concluye que la estrategia de ventas de la mayor parte de las empresas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte no está orientada a la exportación, sino a la venta en el mercado nacional, es decir, la exportación no es más que un recurso utilizado cuando las ventas a nivel nacional decrecen. Adicionalmente, se confirma también la observación hecha en la sección sobre el comportamiento de las ventas en el mercado de exportación en el sentido de que si el mercado nacional es lo suficientemente fuerte para absorber la oferta de vehículos de autotransporte, estos vehículos tienden a venderse casi en su totalidad en México.

Hasta este momento se ha hablado de la cantidad de unidades de exportación que cada empresa vendió en el mercado nacional y del porcentaje de ventas de importación de cada empresa con respecto al total de ventas de exportación, pero una forma adicional de evaluar las ventas de exportación por empresa es mediante la determinación del porcentaje de las ventas de exportación con respecto al gran total de ventas por empresa. El cuadro 13 muestra esta información.

Cuadro 13.
Porcentaje de las ventas de exportación con respecto al
gran total de ventas por empresa entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)			
	93	94	95	96
Chrysler	11.13	4.59	10.28	0.00
Dina	3.25	4.81	33.12	29.19
Ford		0.00	6.48	0.00
GM		0.00	0.00	3.72
KW	0.00	0.00	40.97	50.60
MBM	0.00	0.00	21.22	14.56
MASA	0.00	0.00	0.00	1.54
Oshmex		0.00	79.49	0.00
Scania			94.74	50.52
Volvo	0.00	0.00	33.80	0.00
Total	3.09	2.20	24.57	23.98

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

El cuadro 13 permite saber, por ejemplo, que las ventas de exportación de Chrysler representaron el 11.13% del gran total de ventas de la compañía en 1993. De igual forma, el cuadro 13 permite ver que las ventas de exportación de Dina representaron el 3.25% de su gran total de ventas en 1993. Chrysler y Dina también fueron las únicas dos compañías que exportaron en 1994 y cuyas ventas de exportación representaron respectivamente el 4.59% y el 4.81% del gran total de ventas de cada compañía. Como puede observarse en el cuadro 13, hasta antes de 1995 las ventas de exportación de las dos compañías que hasta entonces habían exportado no representaban más del 15% de su gran total de ventas. En cambio, en 1995 no sólo aumentó a ocho el número de empresas con ventas de exportación sino que las ventas de exportación representaron más del 33% del gran total de ventas de la mitad de las empresas que exportaron en ese año. Aunque el número de empresas que tuvieron ventas de exportación en 1996 disminuyó con respecto a 1995, las ventas de exportación

representaron todavía más del 25% del gran total de ventas de la mitad de las empresas que exportaron.

La importancia del porcentaje de las ventas de exportación con respecto al gran total de ventas por empresa que se muestra en el cuadro 13 es que permite ver claramente que ante la caída del mercado nacional en 1995, no sólo aumentó la cantidad de empresas exportadoras con respecto a 1993 y 1994 sino que las ventas de exportación cobraron una gran importancia respecto al gran total de ventas de cada empresa.

Al comparar la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de exportación (cuadro 12) y el porcentaje de las ventas de exportación con respecto al gran total de ventas por empresa (cuadro 13) es posible establecer que para las empresas que vendieron más de 200 unidades en el mercado de exportación en 1995 y 1996 (cuadro 12), las ventas de unidades de exportación representaron entre el 14% y el 51% del gran total de ventas de cada empresa. Por ejemplo, para Kenworth, que fue la compañía que más ventas de exportación tuvo en 1996, las ventas de exportación representaron el 50.60% de su gran total de ventas. Lo mismo sucedió en los casos de Dina y de Mercedes-Benz. Dina realizó el 35.05% del total de ventas de exportación de la industria en 1996 y sus ventas de exportación representaron 29.19% de su gran total de ventas. Por su parte, Mercedes-Benz realizó el 14.50% del total de ventas de exportación de la industria en 1996 y sus ventas de exportación representaron el 14.56% de su gran total de ventas. En 1995, la relación entre la participación de mercado de Kenworth, Dina y Mercedes-Benz con respecto al total de ventas de exportación y su porcentaje de las ventas de exportación con respecto al gran total de ventas por empresa fue muy parecida a la de 1996.

Cabe aclarar que la relación entre la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de exportación y el porcentaje de las ventas de exportación con respecto al gran total de ventas por empresa, no implica que si se venden grandes cantidades de

unidades en el mercado de exportación, las ventas de unidades de exportación representarán un porcentaje elevado del gran total de ventas de una empresa, puesto que esto último está en función del porcentaje de las ventas en el mercado nacional con respecto al gran total de ventas y no únicamente en función de la cantidad de ventas que se realicen en el mercado de exportación. El caso de las ventas de exportación de Oshmex, Scania y Volvo en 1995 permite ver que aunque se vendan pocas cantidades de unidades de exportación, es posible que las ventas de unidades de exportación representen un porcentaje elevado del gran total de ventas de una empresa. Sin embargo, los casos de Oshmex, Scania y Volvo son muy diferentes a los de Kenworth, Dina y Mercedes-Benz porque las primeras tres compañías no exportaron entre 1995 y 1996 más de 100 unidades cada una y, además porque, a excepción de Scania, Oshmex y Volvo dejaron de exportar en 1996.

Los porcentajes de ventas de exportación de Kenworth, Dina y Mercedes-Benz con respecto al gran total de ventas en 1995 y 1996 muestran que estas empresas no dependen completamente del mercado de exportación, como en el caso de Oshmex y Scania en 1995. Si adicionalmente se considera que las ventas de Kenworth, Dina y Mercedes-Benz en el mercado de exportación crecieron en 1996 con respecto 1995, se concluye que estas tres compañías seguramente continuarán sus ventas de exportación después de 1996 porque el mercado de exportación será importante para sus productos mientras el total de ventas en el mercado nacional no supere las 30,000 unidades anuales y los porcentajes de ventas de exportación de las empresas con respecto al gran total de ventas representen al menos el 6% del gran total de ventas de cada empresa.

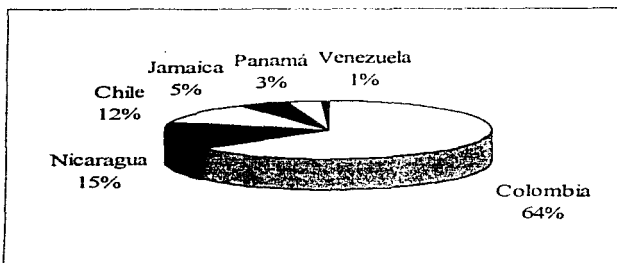
3.3.3.4.4. Las exportaciones hacia Estados Unidos

Las cifras de exportación que hasta este momento se han analizado en el presente trabajo, consideran el total de las exportaciones de la industria de vehículos de autotransporte hacia el exterior, sin hacer referencia a ningún país en particular. La razón por la que hasta ahora no se ha hecho una referencia concreta de las exportaciones hacia los países miembros del TLCAN, es porque era indispensable manejar el total de las cifras de exportación para explicar el comportamiento general de las exportaciones de la totalidad de la industria. Evidentemente, establecer conclusiones sobre el comportamiento general de las exportaciones de la industria en base a un análisis exclusivo de las cifras de exportación hacia Estados Unidos hubiera sido inexacto y por ello se evitó.

No obstante lo anterior, y debido a que el presente estudio tiene por objeto evaluar las consecuencias del TLCAN en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México, es conveniente hacer una referencia especial a las exportaciones de la industria hacia los países miembros del TLCAN, en especial hacia Estados Unidos ya que, según las estadísticas de la ANPACT, desde la firma del Tratado y hasta 1996, ninguna empresa de la industria ha exportado vehículos de autotransporte directamente de México a Canadá.

En 1993, la exportación anual de vehículos por país de destino fue la siguiente:

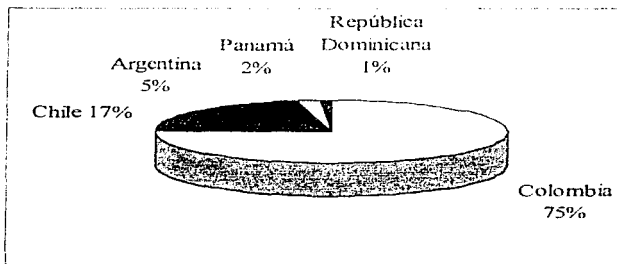
Gráfica 4.
Países destino de las exportaciones durante 1993



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Para 1994, los países de destino de las exportaciones fueron los siguientes:

Gráfica 5.
Países destino de las exportaciones durante 1994

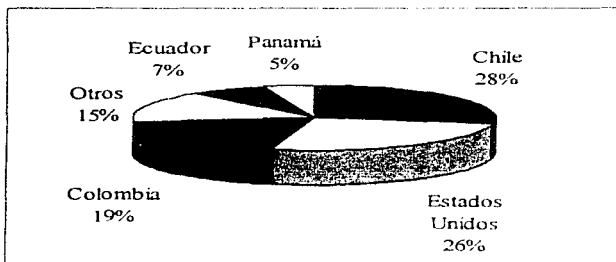


Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede apreciar en la gráficas anteriores, tanto en 1993 como en 1994, cuando las cifras de venta en el mercado nacional superaron las 33,000 unidades anuales, no hubo exportaciones hacia Estados Unidos y todas las exportaciones se dirigieron hacia Centro América, el Caribe y Sudamérica.

Para 1995, los países de destino de las exportaciones fueron los siguientes:

Gráfica 6.
Países destino de las exportaciones durante 1995



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Los países que se incluyen bajo el rubro "Otros" son países a los que se vendieron menos de 60 unidades y entre los que se encuentran: Guatemala, El Salvador, Venezuela, Perú, Cuba, Nicaragua, Honduras, Nueva Caledonia, Brasil, Egipto y otros países no determinados por los exportadores.

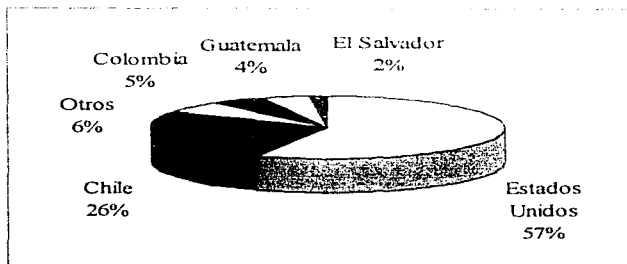
Como ya se ha visto, en 1995 -después de la crisis financiera mexicana de diciembre de 1994- las exportaciones aumentaron en más de un cien por ciento; el número de empresas exportadoras se cuadruplicó con respecto a 1994; y como se puede deducir de la información de la gráfica 6, en 1995 el número de países de destino de

las exportaciones mexicanas de vehículos de autotransporte al menos se triplicó con respecto a 1994.

Sin embargo, la importancia de la gráfica 6 radica en que muestra cómo las exportaciones destinadas a Estados Unidos representan el 25.75%, es decir, una cuarta parte del total de las exportaciones de la industria en 1995. Este hecho cobra aún mayor trascendencia si se considera que en los dos años anteriores ninguna empresa había exportado a ese mercado. Definitivamente, la importancia de las exportaciones al mercado estadounidense en 1995 es una clara muestra de que los mecanismos establecidos en el TLCAN funcionaron de manera correcta y facilitaron las exportaciones hacia Estados Unidos en un año en que las ventas en el mercado nacional se redujeron drásticamente con respecto al año anterior.

Como se puede apreciar en la gráfica 7, para 1996 las exportaciones a Estados Unidos representaron el 56.75% con respecto al total de exportaciones de la industria al final del año. De las 456 unidades exportadas a ese mercado en 1995 se pasó a 1,577 en 1996, lo que representó un aumento del 245.83% en un solo año.

Gráfica 7.
Países destino de las exportaciones durante 1996



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Sin embargo, para analizar la gráfica 7 en un contexto apropiado, es necesario mencionar a las empresas que exportaron al mercado estadounidense en 1995 y 1996 y comparar las cifras de unidades exportadas por estas mismas empresas a ese mercado en ambos años. El cuadro 14 muestra esta relación para 1995 y 1996 respectivamente.

Cuadro 14.
Empresas fabricantes de vehículos de autotransporte
que exportaron a Estados Unidos en 1995 y 1996

Empresa	1995		1996	
	Unidades	Porcentaje del total	Unidades	Porcentaje del total
KW	236	51.75%	1,307	82.88%
Dina	130	28.51%	270	17.12%
Ford	54	11.84%	0	0.00%
Volvo	35	7.68%	0	0.00%
MBM	1	0.22%	0	0.00%
Total	456	100.00%	1,577	100.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede observar en el cuadro 14, si bien es cierto que en 1996 la cifra total de exportaciones de vehículos de autotransporte a Estados Unidos se triplicó con respecto a 1995, es igualmente evidente que el aumento sólo es atribuible al notable incremento de las exportaciones de Kenworth, las cuales representaron más del 80% de las exportaciones a Estados Unidos en 1996. Adicionalmente, también es notable el hecho de que de las cinco empresas que habían exportado a ese país en 1995, sólo dos continuaron con sus exportaciones en 1996. En consecuencia, es posible afirmar que el aumento de unidades exportadas a Estados Unidos en 1996 con respecto a 1995 confirmó nuevamente lo que sucedió en 1995 con respecto a 1994 en el sentido de que los mecanismos establecidos en el TLCAN sí funcionan de manera correcta y facilitan las exportaciones de vehículos de autotransporte hacia Estados Unidos. Sin embargo, también se demuestra que las exportaciones a Estados

Unidos no responden a una estrategia permanente del conjunto de empresas que integran la industria mexicana fabricante de vehículos de autotransporte.

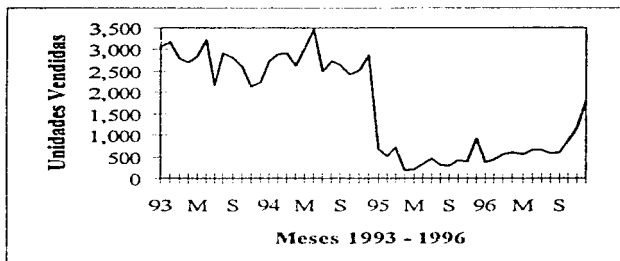
3.3.3.5. Las ventas en el mercado nacional de vehículos de autotransporte

Esta sección del capítulo está dedicada analizar el comportamiento de las ventas de vehículos de autotransporte en el mercado nacional, el cual será evaluado desde tres puntos de vista. Primero, se harán algunos comentarios sobre el comportamiento general de las ventas en el mercado nacional; en segundo lugar, se hablará sobre el comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas en el mercado nacional; y finalmente, se hará un análisis sobre la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado nacional. Como las ventas en el mercado nacional incluyen a las ventas de producción nacional y a las ventas de importación, también se incluye en esta sección el análisis sobre las ventas de producción nacional y sobre las ventas de importación de vehículos de autotransporte.

3.3.3.5.1. Comportamiento de las ventas en el mercado nacional

La gráfica 8 muestra el comportamiento mensual de las ventas de vehículos de autotransporte en el mercado nacional de enero de 1993 a diciembre de 1996. Es decir, incluye únicamente las ventas en el mercado nacional, las cuales engloban tanto las ventas provenientes de importaciones como las ventas de unidades producidas en México, pero no incluyen las ventas en el mercado de exportación.

Gráfica 8.
Comportamiento mensual del total de ventas en el
mercado nacional de vehículos de autotransporte
de enero de 1993 a diciembre de 1996



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

En la gráfica 8 se puede apreciar con toda claridad la drástica caída que sufrieron las ventas en el mercado nacional después de la crisis financiera mexicana de 1994. Como se muestra en el cuadro 7, al final de 1995 las ventas anuales en el mercado nacional registraron una caída del 83.66% con respecto a las ventas de 1994. A pesar de que en 1996 las ventas aumentaron proporcionalmente en un 62.04% con respecto a 1995, la cantidad de unidades vendidas durante 1996 sólo representó el 26.48% de la de 1994, es decir, apenas un poco más de la cuarta parte.

No obstante lo anterior, se puede afirmar que el mercado nacional constituye el mercado principal de los vehículos producidos por la industria fabricante de vehículos de autotransporte en México. Como se puede apreciar en el cuadro 8, a pesar del notable incremento en las exportaciones durante 1995 y 1996, las ventas en el mercado nacional

representaron al menos el 75% del gran total de ventas en ambos años, por lo que resulta evidente que el comportamiento global de la industria mexicana de vehículos de autotransporte está claramente determinado por el comportamiento de las ventas en el mercado nacional. Para ilustrar gráficamente esta afirmación, basta comparar entre sí las gráficas 2 y 8, con lo cual se hará claramente evidente que el comportamiento mensual del gran total de ventas sigue mensualmente la tendencia del total de ventas en el mercado nacional.

Como se mencionó en la sección sobre la dinámica internacional de la industria automotriz y su impacto en México (2.2.), la *demanda potencial* de vehículos que puede surgir en México es una de las razones que motiva la inversión extranjera en el sector automotriz mexicano. Si los volúmenes de venta de vehículos de autotransporte de los países a los que ahora exporta México fueran lo suficientemente importantes, las compañías no exportarían a esos países desde México sino que simplemente instalarían otras fábricas ensambladoras de vehículos pesados en los países en los que más les conviniera. De ahí que el desarrollo del mercado nacional sea más importante que el de las exportaciones para la industria mexicana de vehículos de autotransporte y que la evaluación de su desempeño también sea un factor importante dentro de la evaluación de los resultados del TLCAN. Lo anterior no quiere decir de ninguna manera que el TLCAN no haya funcionado correctamente durante sus primeros tres años de existencia, puesto que ya se ha visto que los mecanismos de exportación y de inversión extranjera del Tratado sí funcionan adecuadamente, sino que el TLCAN debe estar acompañado de otras estrategias y políticas económicas que permitan desarrollar el mercado interno.

Los distintos factores que determinaron el comportamiento anual de las ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996 se resumen en el cuadro 15.

Cuadro 15.
Factores que determinaron el comportamiento anual de
las ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996

1993	
<i>Factores Positivos</i>	<i>Factores Negativos</i>
<p>Para el segmento de autobuses integrales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la flota vehicular por la apertura que tendrían los servicios de transporte foráneo de pasajeros con la entrada en vigor del TLCAN 	<p>Para los segmentos de camiones pesados, chasis para pasaje, construcción y tractocamiones quinta rueda:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desaceleración de actividades productivas y comerciales con respecto a 1992 • Menor flujo de mercancías que transportar • Guerra de tarifas para capturar los escasos volúmenes de carga • Menor disponibilidad del crédito
1994	
<i>Factores Positivos</i>	<i>Factores Negativos</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Entrada en vigor del TLCAN • Aumento de ventas en los segmentos de camiones pesados, chasis para pasaje y tractocamiones quinta rueda 	<ul style="list-style-type: none"> • A pesar de los programas de descuento, no se vendió todo lo que se esperaba
1995	
<i>Factores Positivos</i>	<i>Factores Negativos</i>
<ul style="list-style-type: none"> • El aumento de las exportaciones suavizó la caída del mercado interno 	<ul style="list-style-type: none"> • Caída de la demanda como consecuencia de la crisis financiera de diciembre de 1994 (Continúa)

1995	
<i>Factores Positivos</i>	<i>Factores Negativos</i>
	<p style="text-align: center;">(Continuación)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disminución de la producción y paros técnicos • Acumulación de inventarios • Reducción de la actividad económica • Reducción del volumen de carga • Parque vehicular ocioso • Altas tasas de interés y selectividad del crédito • Cartera vencida • Alto endeudamiento de transportistas • Incertidumbre por el Reglamento de Pesos y Dimensiones • Incertidumbre por la apertura del transporte transfronterizo de carga según el TLCAN • Incertidumbre política
1996	
<i>Factores Positivos</i>	<i>Factores Negativos</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Entorno económico favorable • Buenas expectativas para 1997 generadas por los programas de renovación de flota 	<ul style="list-style-type: none"> • La recuperación económica es muy gradual • No será sino hasta el año 2000 cuando se alcancen los volúmenes de venta de 1994

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

La revisión del cuadro 15 permite corroborar que el comportamiento del mercado nacional de vehículos de autotransporte está íntimamente relacionado al comportamiento de las principales variables de la economía nacional, lo cual reafirma que el éxito del TLCAN requiere de estrategias y políticas económicas que estimulen el mercado interno de vehículos de autotransporte y eviten, por ejemplo, crisis tan severas en el mercado interno como la de diciembre de 1994. Después de todo, aunque la devaluación del peso hizo más competitivas las exportaciones mexicanas, el cuadro 7 hace evidente que el aumento de las exportaciones no ha compensado la drástica caída en el mercado nacional.

Finalmente, como se mencionó al principio de esta sección, la gráfica 8 incluye las ventas en el mercado nacional, en las que están incluidas las ventas de unidades de producción nacional y las ventas de unidades de importación, por lo que en las secciones siguientes se hablará tanto de la importancia de las ventas de unidades de producción nacional, como de las ventas de unidades de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional.

3.3.3.5.2. Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas en el mercado nacional

Como se ha visto, el comportamiento global de la industria mexicana de vehículos de autotransporte está claramente determinado por el comportamiento de las ventas en el mercado nacional y esto también se refleja en el comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas en el mercado nacional. El cuadro 16 permite conocer el porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al total de ventas en el mercado nacional.

Cuadro 16.
Porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al
total de ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones	47.57	49.11	65.31	51.01	15,506	16,342	3,551	4,494
Chasis Pasaje	19.23	21.99	15.71	25.54	6,267	7,317	854	2,250
Construcción	3.50	2.82	1.64	1.01	1,141	938	89	89
Quinta Rueda	16.45	19.17	13.43	18.23	5,363	6,379	730	1,606
Autobuses	13.25	6.90	3.83	4.21	4,318	2,297	208	371
V. Especiales	0.00	0.00	0.09	0.00	0	0	5	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	32,595	33,273	5,437	8,810

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede apreciar en el cuadro 16, los segmentos cuyas ventas representan la mayor cantidad de ventas respecto al total de ventas en el mercado nacional son, en orden de importancia, los camiones de clases 6, 7 y 8, los chasis para pasaje y los tractocamiones quinta rueda. Al comparar estos segmentos con los segmentos cuyas ventas representan las mayores ventas respecto al gran total de ventas (ver cuadro 4), resulta evidente que los segmentos cuyas ventas representan mayores ventas respecto al total de ventas en el mercado nacional son también los segmentos cuyas ventas representan las mayores ventas respecto al gran total de ventas.

Hasta ahora se ha visto que no existe una gran diferencia entre los porcentajes de ventas de los segmentos del mercado respecto al total de ventas en el mercado nacional y respecto al gran total de ventas. Sin embargo, la dinámica de cada segmento respecto al total de ventas en el mercado nacional sí guarda algunas diferencias con la dinámica de cada segmento respecto al gran total de ventas. Para analizar estas diferencias, el cuadro 17 muestra la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas en el mercado nacional.

Cuadro 17.
Variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al
total de ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones		5.39	-78.27	26.56	15,506	16,342	3,551	4,494
Chasis Pasaje		16.75	-88.33	163.47	6,267	7,317	854	2,250
Construcción		-17.79	-90.51	0.00	1,141	938	89	89
Quinta Rueda		18.94	-88.56	120.00	5,363	6,379	730	1,606
Autobuses		-46.80	-90.94	78.37	4,318	2,297	208	371
V. Especiales				-100.00	0	0	5	0
Total		2.08	-83.66	62.04	32,595	33,273	5,437	8,810

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

La importancia del cuadro 17 radica en que la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas en el mercado nacional es el indicador más exacto del comportamiento de las ventas de cada segmento del mercado nacional respecto a las fluctuaciones de la actividad económica nacional. Esto se debe a que, a diferencia de la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al gran total de ventas, la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas en el mercado nacional no incluye los datos de las exportaciones, los cuales amortiguaron la caída de las ventas en el mercado nacional durante 1995 y no permiten apreciar correctamente en qué segmentos se ha dado una recuperación real del mercado nacional durante 1996.

En efecto, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, el total de ventas en el mercado nacional cayó un 83.66% en 1995 con relación a 1994, mientras que el gran total de ventas sólo cayó un 78.81%. Al analizar la caída de las ventas en el mercado nacional respecto a cada segmento durante 1995, se observa el mismo fenómeno que al comparar el gran total de ventas con el total de ventas en el mercado nacional. En el caso de los camiones clases 6, 7 y 8, la baja respecto al total de ventas en el mercado nacional fue del

78.27%, mientras que respecto al gran total de ventas, la baja en el mismo segmento fue de 72.77%. El mismo fenómeno ocurre en cada segmento, es decir, la reducción de ventas de 1995 con respecto a 1994 fue mucho más severa con respecto al total de ventas en el mercado nacional que con respecto al gran total de ventas.

En 1996, las ventas en el mercado nacional aumentaron un 62.04% con respecto a 1995, pero la recuperación no ha sido general para todos los segmentos. Por ejemplo, el cuadro 17 muestra que los segmentos cuyas ventas en el mercado nacional han mejorado de manera más importante en 1996 con respecto a 1995 han sido los segmentos de chasis para pasaje, tractocamiones quinta rueda y autobuses integrales, mientras que los camiones clases 6, 7 y 8, que son el segmento más importante en el mercado nacional, apenas muestran una recuperación en ventas del 26.56% con respecto a 1995. Por su parte, las ventas en el segmento de construcción no variaron en 1996 con respecto a 1995, es decir, las ventas en el segmento de construcción durante 1996 siguieron un 90.51% abajo de las de 1994.

Adicionalmente al hecho de que la recuperación de las ventas en el mercado nacional no ha sido general para todos los segmentos, se encuentra el problema de que la recuperación aún no permite alcanzar los niveles de venta de 1993, ni mucho menos los de 1994. Por ejemplo, al analizar los tres segmentos más importantes del mercado nacional, se puede observar que, en el caso del segmento de camiones de clases 6, 7 y 8, las ventas en el mercado nacional durante 1996 apenas representan el 27.50% de las de 1994; en el caso de los chasis para pasaje, las ventas en el mercado nacional durante 1996 apenas representan el 30.75% de las de 1994, y, en el caso de los tractocamiones quinta rueda, las ventas en el mercado nacional durante 1996 apenas representan el 25.18% de las de 1994.

En conclusión, aunque el total de las ventas en el mercado nacional de 1996 mejoró considerablemente con respecto al de 1995, el estudio del comportamiento de las ventas por segmentos muestra que aunque la mayor parte de los segmentos del mercado ya han reflejado una recuperación en sus ventas, la recuperación aún no llega a la totalidad de los segmentos del mercado, ni ha sido una recuperación lo suficientemente rápida, puesto que las 8,810 unidades vendidas en el

mercado nacional durante 1996 apenas representan el 26.48% de las de 1994.

3.3.3.5.3. Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado nacional

El cuadro 18 muestra la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado nacional, es decir, las cifras incluyen tanto las ventas en el mercado nacional de la producción nacional vendida en México, como las ventas de unidades de importación.

Cuadro 18.
Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Chrysler	14.97	14.19	5.30	5.45	4,880	4,722	288	480
Dina	39.13	31.00	32.87	26.82	12,754	10,316	1,787	2,363
Fanasa	0.05	0.02	0.00	0.00	15	6	0	0
Ford	0.00	6.94	14.33	8.40	0	2,309	779	740
GM	0.00	0.99	9.27	12.33	0	328	504	1,086
KW	8.23	10.58	6.25	14.48	2,681	3,519	340	1,276
MBM	32.51	31.99	26.91	26.84	10,596	10,644	1,463	2,365
MASA	3.28	2.28	2.23	2.89	1,070	759	121	255
OI	1.04	0.61	0.88	0.76	340	202	48	67
Oshmex	0.00	0.98	0.15	0.35	0	326	8	31
Scania	0.00	0.00	0.09	0.54	0	0	5	48
Tramosa	0.01	0.00	0.00	0.00	3	0	0	0
Vipsa	0.55	0.00	0.00	0.00	180	0	0	0
Volvo	0.23	0.43	1.73	1.12	76	142	94	99
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	32,595	33,273	5,437	8,810

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Al contar el número de empresas que tenían ventas en el mercado nacional en 1993 y compararlo con la misma cantidad para cada uno de los años siguientes, es posible apreciar que dicha cantidad no ha tenido grandes variaciones ya que en 1993 el número de compañías que tenían ventas en el mercado nacional ascendía a 10, en 1994 a 11, en 1995 a 11 y en 1996 también a 11. Sin embargo, al hacer un análisis más detallado resalta el hecho de que de las 10 compañías que tuvieron ventas en el mercado nacional durante 1993, sólo 7 continuaron vendiendo hasta 1996. A esas siete compañías se sumaron Ford, General Motors, Oshmex y Scania, y es así como se forma el conjunto de las once compañías que tuvieron ventas en 1996. Si se considera el hecho de que, de las cuatro compañías antes mencionadas, las primeras tres iniciaron sus ventas de vehículos de autotransporte en 1994, y que Scania inició en 1995, se puede apreciar que el mayor incremento de la competencia en el mercado nacional de vehículos de autotransporte coincide exactamente con el año de entrada en vigor del TLCAN y que, a pesar de la crisis financiera mexicana de diciembre de 1994, todavía una nueva compañía, Scania, comenzó a vender en 1995.

Lógicamente, desde que aumentó el número de empresas en competencia, la participación de mercado con respecto al total de ventas en el mercado nacional de las empresas líderes en 1993, Dina y Mercedes-Benz, se ha visto disminuida. Mientras que las ventas de ambas compañías representaban el 71.64% del mercado nacional en 1993, esta participación disminuyó a 62.99% en 1994, a 59.78% en 1995 y a 53.66% en 1996, es decir, su participación ha disminuido 17.98 puntos porcentuales entre 1993 y 1996. Visto de otra forma, mientras que en 1993 la mayor parte del mercado era controlada prácticamente por dos empresas, en 1994, Ford, GM y Oshmex, las tres compañías que iniciaron ventas en ese año, tuvieron en conjunto un 8.91% del mercado. Para 1995, esas mismas tres compañías más Scania, tenían ya el 23.84% del mercado y, para 1996, la participación de las cuatro empresas disminuyó a 21.62% del mercado. Todas estas cifras muestran claramente cómo la competencia en la industria fabricante de vehículos de autotransporte tiende a incrementarse año con año. Para los próximos años, es muy probable que compañías como Scania y Volvo, quienes son líderes mundiales en la venta de vehículos de autotransporte, incrementen su participación en el

mercado y con ello aumente aún más la competencia en el mercado nacional.

Hasta ahora se ha visto que el incremento de la competencia en el mercado de vehículos de autotransporte ha estado asociado a la entrada de nuevos competidores mucho más fuertes que las empresas que salieron del mercado entre 1993 y 1994 (Trailers de Monterrey, Victor Patrón y Fábrica Nacional de Autobuses). Sin embargo, no se puede dejar de considerar que el aumento en la competencia también ha estado influido por la caída general del mercado nacional en 1995 y por la lenta recuperación de las ventas en 1996. Como se puede apreciar en el cuadro 18, en 1995 no sólo estuvieron presentes en el mercado nacional las principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte a nivel nacional e internacional, sino que además el mercado nacional cayó un 83.66% con respecto a 1994, lo que convirtió a 1995 en el año más competido desde la entrada en vigor del TLCAN.

Para finalizar el análisis de la participación de mercado de las empresas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte con respecto al total de ventas en el mercado nacional, hay un fenómeno que vale la pena describir. En el cuadro 6, dentro de la sección sobre la participación de mercado de las empresas con respecto al gran total de ventas de la industria, se pudo apreciar que Dina ha sido la empresa que más unidades ha vendido entre 1993 y 1996. Sin embargo, el cuadro 18 muestra que, si se consideran únicamente las ventas en el mercado nacional, Dina había sido la compañía líder en 1993 y 1995, pero ya en 1994 y 1996 fue Mercedes-Benz quien ocupó el primer sitio. Aunque la diferencia en términos porcentuales durante ambos años ha sido casi imperceptible, ya que según las estadísticas Mercedes-Benz superó a Dina con 0.99% del mercado en 1994 y con 0.02% durante 1996, el cambio es muy significativo puesto que aún cuando es mínimo, la competencia que ambas empresas sostienen es mucho más cerrada con respecto a las ventas en el mercado nacional que con respecto al gran total de ventas. Evidentemente, lo que hace que Dina mantenga su posición como el fabricante líder de vehículos de autotransporte con respecto al gran total de ventas, es la gran cantidad de exportaciones que realiza. Sin embargo, ya se ha mencionado que, en relación a todo el conjunto de fabricantes, las

ventas en el mercado nacional son las que contribuyen de manera más importante al gran total de ventas, y si la participación de Dina en el mercado nacional empieza a disminuir, Dina corre el riesgo de que sus ventas en el mercado de exportación no logren compensar la disminución en la participación de mercado con respecto al total de ventas en el mercado nacional y, en consecuencia, pierda la posición de líder con respecto al gran total de ventas.

3.3.3.5.4. Las ventas de producción nacional de vehículos de autotransporte

Como se mencionó al hablar de la estructura de las ventas de vehículos de autotransporte (ver cuadro 2), las ventas en el mercado nacional se componen de la suma de las ventas de producción nacional y de las ventas de importación. Por ello, esta sección del capítulo está dedicada a analizar el comportamiento de las ventas de producción nacional con respecto al total de ventas en el mercado nacional, el cual será evaluado desde tres puntos de vista. Primero, se harán algunos comentarios sobre el comportamiento general de las ventas de producción nacional con respecto al total de ventas en el mercado nacional; en segundo lugar, se hablará sobre el comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas de producción nacional; y finalmente, se hará un análisis sobre la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de producción nacional.

3.3.3.5.4.1. Comportamiento de las ventas de producción nacional con respecto al total de ventas en el mercado nacional

El cuadro 19 muestra el porcentaje de las ventas de producción nacional con respecto al total de ventas en el mercado nacional. Como se mencionó al hablar de la estructura de las ventas de vehículos de autotransporte, el calificativo "producción nacional" en ningún momento hace referencia al conjunto de vehículos de autotransporte producidos en México, sino únicamente al subconjunto de estos vehículos que son producidos y vendidos en México. Por esta razón, el porcentaje de las ventas de producción nacional se realiza con respecto al total de ventas en el mercado nacional y no con respecto al gran total de ventas.

Cuadro 19.
Porcentaje del total de ventas de producción nacional y del total de ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional (MN) entre 1993 y 1996

Ventas	93	94	95	96
Producción Nacional	30,967	29,202	5,201	8,688
<i>Porcentaje del MN</i>	95.01%	87.76%	95.66%	98.62%
Importación	1,628	4,071	236	122
<i>Porcentaje del MN</i>	4.99%	12.24%	4.34%	1.38%
Mercado Nacional	32,595	33,273	5,437	8,810
<i>Porcentaje Total</i>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede apreciar en el cuadro 19, las ventas de producción nacional son la parte más importante de las ventas en el mercado nacional ya que las ventas de unidades de producción nacional representaron al menos el 95% de las ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996, excepto en 1994, cuando las importaciones

crecieron considerablemente y las ventas en el mercado nacional superaron las 33,000 unidades.

Para analizar la disminución de las ventas de producción nacional en 1994 con respecto a 1993, el cuadro 20 presenta las variaciones de las ventas de producción nacional entre 1993 y 1996.

Cuadro 20.
Variación del total de unidades de producción nacional y de importación vendidas en el mercado nacional entre 1993 y 1996.

Ventas	93	94	95	96
Producción Nacional	30,967	29,202	5,201	8,688
<i>Variación</i>		-5.70%	-82.19%	67.04%
Importación	1,628	4,071	236	122
<i>Variación</i>		150.06%	-94.20%	-48.31%
Mercado Nacional	32,595	33,273	5,437	8,810
<i>Variación</i>		2.08%	-83.66%	62.04%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

La disminución de las ventas de producción nacional en 1994 con respecto a 1993 es muy significativa. En 1994, el total de ventas en el mercado nacional creció un 2.08% con respecto a 1993, mientras que las ventas de producción nacional disminuyeron en un 5.70% en el mismo lapso. Esta disminución es sorprendente pues podría pensarse que al aumentar la demanda en el mercado nacional, las ventas de producción nacional deberían crecer prácticamente de manera proporcional a las ventas en el mercado nacional, como sucedió en 1996 con respecto a 1995. Sin embargo, en 1994 esto no sucedió así, por el contrario, las ventas de producción nacional decrecieron con respecto a 1993. La única explicación para esta disminución parece ser que durante 1994 el peso estuvo tan sobrevaluado con respecto al dólar que, aún cuando la demanda en el mercado nacional creció, las unidades de producción nacional perdieron competitividad frente a las de importación.

3.3.3.5.4.2. Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas de producción nacional

El cuadro 21 permite conocer los segmentos de mayores ventas respecto al total de ventas de producción nacional.

Cuadro 21.
Porcentaje de ventas de los segmentos de mercado respecto al total de ventas de producción nacional entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones	49.79	46.88	65.85	51.72	15,417	13,689	3,425	4493
Chasis Pasaje	19.96	25.06	16.40	25.90	6,181	7,317	853	2250
Construcción	3.27	2.89	1.65	0.93	1,013	843	86	81
Quinta Rueda	16.51	21.34	13.11	17.33	5,113	6,231	682	1506
Autobuses	10.47	3.84	2.98	4.12	3,243	1,122	155	358
V. Especiales	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	30,967	29,202	5,201	8,688

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 21 es posible saber que los segmentos de mayores ventas respecto al total de ventas de producción nacional fueron entre 1993 y 1996, y siempre en el mismo orden de importancia durante esos cuatro años, los camiones de clases 6, 7 y 8, los chasis para pasaje de clases 5, 6, 7 y 8, y los tractocamiones quinta rueda. La importancia de esta información radica en que muestra que los tres segmentos más importantes respecto al total de ventas de producción nacional son también los tres segmentos cuyas ventas son más importantes en el mercado nacional.

El análisis de la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas de producción nacional permitirá conocer el comportamiento de las ventas de producción nacional de cada segmento ante las distintas fluctuaciones de la actividad económica nacional. El cuadro 22 muestra esta información.

Cuadro 22.
Variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas de producción nacional entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones		-11.21	-74.98	31.18	15,417	13,689	3,425	4,493
Chasis Pasajc		18.38	-88.34	163.77	6,181	7,317	853	2,250
Construcción		-16.78	-89.80	-5.81	1,013	843	86	81
Quinta Rueda		21.87	-89.05	120.82	5,113	6,231	682	1,506
Autobuses		-65.40	-86.19	130.97	3,243	1,122	155	358
V. Especiales					0	0	0	0
Total		-5.70	-82.19	67.04	30,967	29,202	5,201	8,688

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

En el cuadro 22 se puede observar que, en relación con las ventas de producción nacional, las ventas de los segmentos de camiones pesados, vehículos para la construcción y autobuses integrales bajaron en 1994 con respecto a 1993. A diferencia de lo ocurrido con la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas en el mercado nacional, en donde en 1994 sólo bajaron las ventas de vehículos para la construcción y autobuses integrales (ver cuadro 17), la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas de producción nacional muestra que además de estos dos segmentos, el segmento de camiones clases 6, 7 y 8 también sufrió una disminución en 1994 respecto a las ventas de 1993. El hecho de que las ventas de camiones pesados haya aumentado 5.39% en 1994 con respecto a las ventas en el mercado nacional, mientras que las ventas de producción nacional del mismo segmento hayan disminuido 11.21% es una clara señal de que las ventas de

importación del segmento de camiones pesados aumentaron considerablemente durante 1994.

Siñ embargo, al comparar el cuadro 22 con el cuadro 17 se puede observar que, a excepción de la variación de las ventas del segmento de camiones pesados de 1993 a 1994, las variaciones de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas de producción nacional son muy similares a las variaciones de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas en el mercado nacional y, que las diferencias entre una y otra variación reflejan la mayor o menor proporción de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional por segmentos.

Debido a que las ventas de producción nacional guardan una estrecha relación con las ventas de importación para integrar el total de ventas de producción nacional, la discusión y el análisis sobre la producción nacional se verán enriquecidos al hablar sobre el comportamiento de las ventas de importación.

3.3.3.5.4.3. Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de producción nacional

El cuadro 23 muestra la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de producción nacional entre 1993 y 1996.

Cuadro 23.
Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de producción nacional entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Chrysler	15.76	16.17	5.54	5.52	4,880	4,722	288	480
Dina	40.43	35.21	33.90	27.20	12,519	10,283	1,763	2,363
Fanasa	0.05	0.02	0.00	0.00	15	6	0	0
Ford	0.00	0.00	14.98	8.52	0	0	779	740
GM	0.00	0.00	7.42	12.50	0	0	386	1,086
KW	8.64	12.05	6.54	14.68	2,677	3,518	340	1,275
MBM	29.97	32.44	27.13	26.45	9,281	9,474	1,411	2,298
MASA	3.46	1.85	1.65	2.81	1,070	540	86	244
OI	1.10	0.69	0.92	0.77	340	202	48	67
Oshmex	0.00	1.12	0.06	0.36	0	326	3	31
Scania	0.00	0.00	0.10	0.55	0	0	5	48
Tramosa	0.01	0.00	0.00	0.00	3	0	0	0
Vipsa	0.58	0.00	0.00	0.00	180	0	0	0
Volvo	0.01	0.45	1.77	0.64	2	131	92	56
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	30,967	29,202	5,201	8,688

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

La información del cuadro 23 hace posible saber, por ejemplo, que de las 8,688 unidades de producción nacional vendidas en el mercado nacional durante 1996, Dina vendió el 27.20%, es decir, 2,363 unidades. Como se puede apreciar en el cuadro 23, las empresas que más ventas de producción nacional tuvieron en el mercado nacional

durante 1993 y 1994 fueron Dina, Mercedes-Benz y Chrysler. En 1995, fueron Dina, Mercedes-Benz y Ford y, en 1996, fueron Dina, Mercedes-Benz y Kenworth. Como se puede apreciar al comparar los cuadros de participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de producción nacional (cuadro 23) y el de participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas en el mercado nacional (cuadro 18), las compañías que más ventas han tenido en el mercado nacional entre 1993 y 1996 son exactamente las mismas compañías que más ventas de producción nacional en el mercado nacional han tenido entre 1993 y 1996. Como se verá en la sección sobre el comportamiento de las importaciones, esta semejanza se debe a que las compañías que han estado en los tres primeros lugares del mercado nacional venden unidades de producción nacional en una proporción mucho mayor que unidades de importación dentro del mercado nacional.

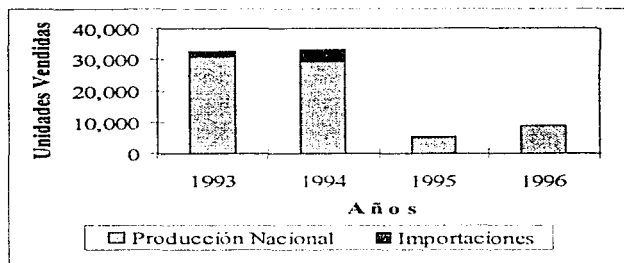
3.3.3.5.5. Las ventas de importación de vehículos de autotransporte

Como se mencionó al hablar de la estructura de las ventas de vehículos de autotransporte (ver cuadro 2), las ventas en el mercado nacional se componen de la suma de las ventas de producción nacional y de las ventas de importación. Por ello, esta sección del capítulo está dedicada analizar el comportamiento de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional, el cual será evaluado desde tres puntos de vista. Primero, se harán algunos comentarios sobre el comportamiento general de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional; en segundo lugar, se hablará sobre el comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas de importación; y finalmente, se hará un análisis sobre la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de importación del mercado nacional.

3.3.3.5.5.1. Comportamiento de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional

La gráfica 9 muestra el comportamiento de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional.

Gráfica 9.
Las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede observar, las ventas de importación de 1994 aumentaron con respecto a las de 1993, pero después de la devaluación de diciembre de 1994 disminuyeron considerablemente en 1995 y 1996. Para comprender mejor la relación entre las ventas de importación y el total de ventas en el mercado nacional, el cuadro 20, incluido dentro de la sección sobre el comportamiento de las ventas de producción nacional con respecto al total de ventas en el mercado nacional, muestra la variación del total de ventas de importación y la variación del total de ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996.

El cuadro 20 ayuda a descubrir que las ventas de importación tienden a crecer conforme aumentan las ventas en el mercado nacional y tienden a disminuir cuando las ventas de exportación aumentan. Para comprobar la primera parte de esta afirmación, el cuadro 20 muestra que paralelamente al aumento del 2.08% de las ventas en el mercado nacional de 1994 con respecto a 1993, se dio un aumento del 150.06% en las ventas importación entre los mismos años. La tendencia de las ventas de importación a disminuir al aumentar las ventas de exportación se demuestra mediante los aumentos del total de ventas de exportación de 1995 y 1996 con relación a 1994 y 1995 respectivamente (ver cuadro 7) y la consecuente disminución de las ventas de importación en 1995 y 1996 con relación a sus respectivos años anteriores. Evidentemente, las tendencias antes mencionadas están relacionadas con el tipo de cambio ya que, cuando el peso está sobrevaluado, se facilitan las ventas de importación, mientras que, cuando el peso conserva un margen de subvaluación, disminuyen las ventas de importación y, como se ha visto, también se facilitan las ventas de exportación. Sin embargo, llama la atención el hecho de que las ventas de unidades importadas aumenten cuando aumentan las ventas en el mercado nacional, sobre todo si se considera que, según lo expuesto en el punto sobre la capacidad de producción de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México (3.2.4.), la capacidad instalada rebasa las 42,000 unidades, es decir, existe una notable sobrecapacidad productiva de la industria.

Como se puede apreciar en el cuadro 20, el aumento de las unidades vendidas en el mercado nacional en 1994 con respecto a 1993 no sólo está compuesto de un aumento del 150.06% en las unidades de importación vendidas en el mercado nacional sino también de una ligera pero sorprendente disminución en las ventas en el mercado nacional de las unidades producidas en México. Cabe aclarar que esta disminución no representa propiamente una disminución en el conjunto de unidades producidas en México, sino simplemente una disminución en el subconjunto de unidades producidas y vendidas en México.

En 1995, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, las ventas de unidades importadas disminuyeron drásticamente y aunque

en 1996 creció el total de ventas en el mercado nacional, las ventas de unidades importadas siguieron decreciendo. No obstante, es posible que las ventas de unidades importadas comiencen a crecer cuando las ventas de exportación disminuyan en cantidad, puesto que, como se muestra en el cuadro 8, la proporción de las ventas de exportación con respecto al gran total de unidades vendidas ya decreció en 1996 con respecto a 1995. Si esto es así, se confirmaría la tendencia que se ha presentado entre 1993 y 1996 en el sentido de que las importaciones tienden a crecer conforme aumentan las ventas en el mercado nacional y tienden a disminuir cuando las exportaciones aumentan.

3.3.3.5.2. Comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas de importación

Una vez que se ha analizado el comportamiento de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional, es el momento de analizar los segmentos de mayores ventas respecto al total de ventas de importación. El cuadro 24 muestra esta información.

Cuadro 24.
Porcentaje de ventas de los segmentos de mercado respecto al total de ventas de importación entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones	5.47	65.17	53.39	0.82	89	2,653	126	1
Chasis Pasaje	5.28	0.00	0.42	0.00	86	0	1	0
Construcción	7.86	2.33	1.27	6.56	128	95	3	8
Quinta Rueda	15.36	3.64	20.34	81.97	250	148	48	100
Autobuses	66.03	28.86	22.46	10.66	1,075	1,175	53	13
V. Especiales	0.00	0.00	2.12	0.00	0	0	5	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	1,628	4,071	236	122

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 24 es posible saber, por ejemplo, que de las 1,628 unidades de importación vendidas en 1993, el 66.03% correspondió a las ventas de 1,075 autobuses integrales, y que en relación con el porcentaje de ventas de los demás segmentos de mercado, los autobuses integrales fueron el segmento de mayores ventas de importación en 1993, mientras que el segundo segmento en importancia fue el de tractocamiones quinta rueda y el tercero, el segmento de vehículos para la construcción. De igual forma, el cuadro 24 muestra que para 1994 y 1995, los segmentos de mayores ventas de importación, en orden de importancia, fueron los de camiones de clases 6, 7 y 8, los autobuses integrales y los tractocamiones quinta rueda. Para 1996, el segmento que tuvo la mayor proporción de ventas de importación respecto al total de ventas de importación fue el de tractocamiones quinta rueda, que fue seguido por los segmentos de autobuses integrales y de vehículos para la construcción.

Como se puede observar en el cuadro 24, en el caso de los segmentos de mayores ventas con respecto al total de ventas de importación no existe una tendencia tan definida como en el caso de los segmentos de mayores ventas con respecto al total de ventas en el mercado nacional y al total de ventas de producción nacional. Como se recordará, los camiones de clases 6, 7 y 8, los chasis para pasaje de clases 5, 6, 7 y 8, y los tractocamiones quinta rueda fueron los tres segmentos más importantes tanto respecto al total de ventas de producción nacional, como respecto al total de ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996. En cambio, con respecto al total de ventas de importación, los tres segmentos de mayores ventas variaron entre 1993 y 1996. Los únicos dos segmentos que siempre se encontraron entre los tres segmentos de mayores ventas respecto al total de ventas de importación entre 1993 y 1996 fueron los autobuses integrales y los tractocamiones quinta rueda.

Al estudiar las cifras de las unidades de importación vendidas en el mercado nacional se puede apreciar que existen variaciones bastante grandes entre las unidades importadas de un año con referencia al anterior. Para examinar estas variaciones, el cuadro 25 muestra la variación de las ventas por segmentos de mercado respecto al total de ventas de importación.

Cuadro 25.
Variación de las ventas por segmentos de mercado
respecto al total de ventas de importación entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)			Unidades				
	93	94	95	96	93	94	95	96
Camiones		2880.90	-95.25	-99.21	89	2,653	126	1
Chasis Pasaje		-100.00		-100.00	86	0	1	0
Construcción		-25.78	-96.84	166.67	128	95	3	8
Quinta Rueda		-40.80	-67.57	108.33	250	148	48	100
Autobuses		9.30	-95.49	-75.47	1,075	1,175	53	13
V. Especiales					0	0	5	0
Total		150.06	-94.20	-48.31	1,628	4,071	236	122

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Al estudiar el cuadro 25, se puede apreciar que las ventas de importación por segmentos tienen un comportamiento bastante irregular con grandes altas y bajas y que, además, hay grandes diferencias entre las variaciones de las ventas por segmentos y la variación del total de ventas de importación. El caso de los camiones de clases 6, 7 y 8 es un buen ejemplo. En 1993, se vendieron 89 camiones pesados de importación, mientras que en 1994 la demanda creció hasta alcanzar 2,653 unidades vendidas, es decir, hubo un aumento de 2,880.90%, no obstante lo cual en 1995 tan solo se vendieron 126 unidades de importación, lo que representó un descenso del 95.25% con respecto al año anterior; finalmente, en 1996, sólo se vendió un sólo camión pesado de importación, es decir aún menos unidades que inmediatamente después de la devaluación de 1994. Aunque la devaluación de diciembre de 1994, explica en buena medida la baja en la venta de unidades de importación de 1995 y 1996 con relación a 1994 y 1995 respectivamente, hay algunas variaciones de las ventas de importación, que tanto por su volumen como por su proporción dejan ver que las ventas de importación por segmento responden a situaciones o estímulos muy específicos en la demanda del mercado y que, a excepción de estos casos, las ventas de importación no constituyeron una parte fundamental y permanente de las ventas por segmentos en el mercado nacional entre 1993 y 1996. El cuadro 26 permitirá explicar esta afirmación.

Cuadro 26.
Porcentaje de las ventas de importación con respecto al total de
ventas en el mercado nacional por segmento entre 1993 y 1996

Segmento	Porcentaje (%)			
	93	94	95	96
Camiones	0.57	16.23	3.55	0.02
Chasis Pasaje	1.37	0.00	0.12	0.00
Construcción	11.22	10.13	3.37	8.99
Quinta Rueda	4.66	2.32	6.58	6.23
Autobuses	24.90	51.15	25.48	3.50
V. Especiales			100.00	
Total	4.99	12.24	4.34	1.38

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través de la observación del cuadro 26 es posible saber que las ventas de importación de autobuses integrales representaron el 24.90% del total de ventas de autobuses integrales en el mercado nacional en 1993 o, en otras palabras, que el 24.90% de las ventas de autobuses integrales en el mercado nacional durante 1993 estuvo representado por unidades de importación. De la misma manera, es posible apreciar que el porcentaje de ventas de importación de autobuses integrales se elevó hasta alcanzar 51.15% del total de ventas de autobuses integrales en el mercado nacional en 1994, lo cual resulta una situación bastante inusual, puesto que significa que durante 1994 se vendieron más autobuses de importación que autobuses de producción nacional en el mercado nacional.

Si bien es cierto que el hecho de que en el mercado nacional se vendan más unidades de importación que unidades de producción nacional no es una situación común al interior de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en México, el mismo hecho revela que ante situaciones particulares de la demanda en el mercado nacional, las ventas de importación tienden a ser demasiado elevadas. En efecto, las ventas de importación no constituyeron una parte fundamental y permanente de las ventas por segmentos en el mercado

nacional entre 1993 y 1996 porque el cuadro 26 demuestra que, a excepción de las ventas de autobuses integrales y de vehículos especiales, el porcentaje de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional por segmento en ningún caso superó el 17% entre 1993 y 1996. Sin embargo, es preocupante el hecho de que, aunque el porcentaje del total de ventas de importación respecto al total de ventas en el mercado nacional no haya representado más que un 12.24% del total de ventas en el mercado nacional en 1994, a nivel de cada segmento las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional puedan llegar a superar a las ventas de producción nacional en el mercado nacional. Esta preocupación se debe a que, según la legislación actual, "el valor de las importaciones de vehículos de autotransporte que la empresa de la industria terminal realice, no deberá exceder del valor agregado nacional incorporado en sus ventas".⁵⁰ Sin embargo, la efectividad de esta regla no es del todo óptima si se considera que aún cuando las empresas cumplan con esta regla es posible que, en términos de unidades vendidas en el mercado nacional, se vendan más unidades de importación que de producción nacional en algún segmento. Es decir, el que las empresas cumplan con la norma del valor agregado nacional no significa que las ventas de unidades de importación no puedan superar a las ventas de unidades de producción nacional en un determinado segmento porque esas mismas empresas podrían compensar sus ventas de importación en un segmento con ventas de producción nacional de muy alto valor agregado nacional en otro segmento.

Otro de los datos que destaca en la información del cuadro 26 es que las ventas de importación del segmento de vehículos especiales representaron el 100% de las ventas de vehículos especiales en el mercado nacional durante 1995, es decir, no hubo ventas de producción nacional. Sin embargo, el caso de los vehículos especiales no tiene tanta relevancia como el caso de los autobuses integrales principalmente porque las características de los vehículos especiales hacen que las ventas de este tipo de vehículos, además de ser mínimas, sean muy esporádicas. En efecto, entre 1993 y 1996 sólo se

⁵⁰ Acuerdo que Establece Reglas de Aplicación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte, Diario Oficial de la Federación, 30 de noviembre de 1990.

vendieron 5 unidades en 1995, lo que significó que las ventas del segmento de vehículos especiales representaran el 0.09% del total de ventas en el mercado nacional y el 0.07% del gran total de ventas de 1995. En conclusión, las características de los vehículos especiales, el casi nulo mercado que existe para estos vehículos y el hecho de que no se produzcan en México, hacen que aunque las ventas de importación de vehículos especiales representen el 100% del total de ventas de ese segmento en el mercado nacional, estas ventas no representen una amenaza para ningún fabricante nacional de vehículos de autotransporte.

Para concluir con el análisis sobre el comportamiento de las ventas por segmentos respecto al total de ventas de importación, es conveniente retomar una de las ideas expresadas en la sección sobre el comportamiento de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional. Como se recordará, en esa sección se mencionó que las ventas de importación tienden a crecer conforme aumentan las ventas en el mercado nacional y tienden a disminuir cuando las ventas de exportación aumentan, por lo que ahora se demostrará que el comportamiento del segmento de camiones de clases 6, 7 y 8, que es el más importante del mercado nacional, confirma esa tendencia. Como se puede apreciar en el cuadro 24, las ventas de importación realizadas en este segmento representaron el 65.17% del total de ventas de importación en 1994, por lo que el comportamiento de este segmento describe en buena parte el comportamiento del total de ventas de importación y por lo tanto, valida el siguiente análisis. Para comprobar que las ventas de importación tienden a crecer conforme aumentan las ventas en el mercado nacional, basta mencionar que cuando el total de ventas de camiones pesados en el mercado nacional aumentó 5.39% en 1994 con respecto a 1993 (ver cuadro 17), las ventas de unidades importadas de camiones pesados aumentaron 2880.90% (ver cuadro 25) durante el mismo período, lo que hace evidente que la tendencia es cierta. Para confirmar que las ventas de importación tienden a disminuir cuando las ventas de exportación aumentan, basta decir que después de la devaluación de diciembre de 1994, las ventas de importación de camiones pesados cayeron un 95.25% en 1995 con relación a 1994 (ver cuadro 25), y que en ese mismo lapso las ventas de exportación de camiones pesados aumentaron 105.35% (ver cuadro 10). Si bien es

cierto que el fenómeno de que las ventas de importación tienden a crecer conforme aumentan las ventas en el mercado nacional y tienden a disminuir cuando las ventas de exportación aumentan, no puede ser verificado en todos y cada uno de los segmentos del mercado nacional, puesto que ya se ha visto que cada segmento del mercado tiene su propia dinámica de comportamiento y que responde a distintas variables, esto no impide que la explicación que aquí se ha dado carezca de validez puesto que también se ha visto que el segmento de camiones pesados es el segmento más importante del mercado nacional.

3.3.3.5.3. Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de importación del mercado nacional

El cuadro 27 permite conocer la cantidad de unidades importadas por cada empresa, así como el porcentaje de las ventas de importación de cada empresa respecto al total de ventas de importación, es decir, su participación de mercado respecto al total de ventas de importación entre 1993 y 1996.

Cuadro 27.
Participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de importación entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Dina	14.43	0.81	10.17	0.00	235	33	24	0
Ford	0.00	56.72	0.00	0.00	0	2,309	0	0
GM	0.00	8.06	50.00	0.00	0	328	118	0
KW	0.25	0.02	0.00	0.82	4	1	0	1
MBM	80.77	28.74	22.03	84.92	1,315	1,170	52	67
MASA	0.00	5.38	14.83	9.02	0	219	35	11
Oshmex	0.00	0.00	2.12	0.00	0	0	5	0
Volvo	4.55	0.27	0.85	35.25	74	11	2	43
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	1,628	4,071	236	122

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

El cuadro 27 muestra que del total de 1,628 unidades de importación vendidas en el mercado nacional en 1993, Mercedes-Benz vendió 1,315 unidades, es decir, el 80.77% del total de unidades de importación vendidas en el mercado nacional, lo que colocó a esta empresa como la compañía líder en ventas de importación en 1993; el segundo lugar fue ocupado por Dina con el 14.43% del total de ventas de importación y el tercero por Volvo quien realizó el 4.55% del total de ventas de importación. Para 1994, Ford realizó el 56.72% del total de ventas de importación y fue seguida por Mercedes-Benz y General Motors con el 28.74% y el 8.06% del total de ventas de importación respectivamente. En 1995, el primer lugar en ventas de importación de vehículos de autotransporte lo obtuvo General Motors, mientras que el segundo lugar fue para Mercedes-Benz y el tercero para Mexicana de Autobuses, quienes realizaron respectivamente el 50%, el 22.03% y el 14.83% del total de ventas de importación. El año de 1996 fue el año en el que hubo una menor cantidad de ventas de importación en el periodo comprendido entre 1993 y 1996. De las 122 unidades de importación vendidas en el mercado nacional en 1996, el 54.92% de las ventas de importación fue realizado por Mercedes-Benz, el 35.25% por Volvo y el 9.02% por Mexicana de Autobuses.

Otro de los datos que se pueden obtener a través del cuadro 27 es el de las compañías que han realizado la menor cantidad de ventas de importación o que definitivamente no han realizado ventas de importación en algún año determinado. En este sentido, destaca que Chrysler, Fábrica Nacional de Autobuses, Omnibuses Integrales, Scania, Trailers de Monterrey y Víctor Patrón son las compañías que aunque participaron en el mercado nacional de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996, o al menos en alguno de esos años, no realizaron ninguna venta de importación. En el caso de las compañías que han realizado muy pocas ventas de importación, destacan Dina, Kenworth, Mexicana de Autobuses y Oshmex, quienes realizaron menos del 15% del total de ventas de importación entre 1993 y 1996. La importancia de esta información es que comprueba que las ventas de importación no son una parte fundamental de las ventas en el mercado nacional, ya que de las catorce compañías que tuvieron ventas en el mercado nacional entre 1993 y 1996, 10

compañías no realizaron ventas de importación o tuvieron un porcentaje de participación de mercado inferior al 15% con respecto al total de ventas de importación.

Hasta este momento se ha hablado de la cantidad de unidades de importación que cada empresa vendió en el mercado nacional y del porcentaje de ventas de importación de cada empresa con respecto al total de ventas de importación, pero una forma adicional de evaluar las ventas de importación por empresa es mediante la determinación del porcentaje de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional por empresa. El cuadro 28 muestra esta información.

Cuadro 28.
Porcentaje de las ventas de importación con respecto al total de
ventas en el mercado nacional por empresa entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)			
	93	94	95	96
Dina	1.84	0.32	1.34	0.00
Ford		100.00	0.00	0.00
GM		100.00	23.41	0.00
KW	0.15	0.03	0.00	0.08
MBM	12.41	10.99	3.55	2.83
MASA	0.00	28.85	28.93	4.31
Oshmex		0.00	62.50	0.00
Volvo	97.37	7.75	2.13	43.43
Total	4.99	12.24	4.34	1.38

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

El cuadro 28 permite saber, por ejemplo, que las ventas de importación de Mercedes-Benz representaron el 12.41% del total de ventas de la compañía en el mercado nacional en 1993. De igual forma, el cuadro 28 permite ver que las ventas de importación de Volvo representaron el 97.37% de sus ventas en el mercado nacional en 1993 y que tanto las ventas de importación de Ford como las de General Motors representaron el 100% de sus ventas en el mercado nacional durante 1994. El caso de Ford y de General Motors es muy significativo porque muestra que ambas empresas ingresaron al mercado nacional de vehículos de autotransporte en 1994 únicamente con ventas de importación y que para 1996 ambas compañías vendieron exclusivamente unidades de producción nacional en el mercado nacional. El fenómeno de las importaciones de Ford y General Motors en 1994 podría ser interpretado como una estrategia de ingreso al mercado en la que las ventas de importación de ambas compañías tuvieron tan buen éxito, que ambas empresas decidieron empezar a producir en México.

Otra de las aportaciones del cuadro 28 es que permite saber que a pesar de que Mercedes-Benz se encontró siempre entre las compañías que más ventas de importación tuvieron con respecto al total de ventas de importación entre 1993 y 1996, las ventas de importación de Mercedes-Benz nunca superaron el 13% del total de ventas de Mercedes-Benz en el mercado nacional entre 1993 y 1996. La relación entre la participación de mercado de las empresas con respecto al total de ventas de importación (cuadro 27) y el porcentaje de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional por empresa (cuadro 28), deja ver que aunque se vendan grandes cantidades de unidades de importación, las ventas de unidades de importación no necesariamente representan un porcentaje elevado del total de ventas de una empresa en el mercado nacional. Sin embargo, el caso de las ventas de importación de Volvo en 1993 permite ver que la inversa también es válida. Es decir, que aunque se vendan pocas cantidades de unidades de importación, es posible que las ventas de unidades de importación representen un porcentaje elevado del total de ventas de una empresa en el mercado nacional. En efecto, a pesar de que las ventas de importación de Volvo no superaron el 5% del total de ventas de importación en el mercado nacional en 1993, las

ventas de importación de Volvo representaron el 97.37% del total de ventas de la compañía en el mercado nacional durante 1993. El caso de las ventas de importación de Oshmex en 1995, también confirma que aunque se tengan ventas de importación inferiores al 5% del total de importaciones en un año, dichas ventas de importación pueden representar más de la mitad de las ventas de importación de una compañía en el mercado nacional.

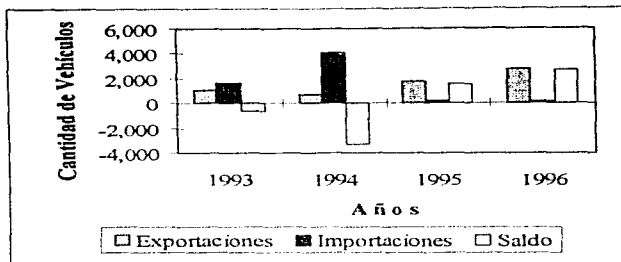
3.3.3.6. Balanza comercial de la industria fabricante de vehículos de autotransporte

Esta sección del capítulo está dedicada analizar la relación entre las ventas de exportación y las ventas de importación de la industria de vehículos de autotransporte, la cual será evaluada desde tres puntos de vista. Primero, se harán algunos comentarios sobre el comportamiento del saldo total de la balanza comercial; en segundo lugar, se hablará sobre comportamiento de los saldos de la balanza comercial por segmentos de mercado; y finalmente, se hará un análisis sobre el saldo de la balanza comercial de las empresas fabricantes.

3.3.3.6.1. Comportamiento del saldo total de la balanza comercial

Una vez que se han analizado tanto la venta de exportación de vehículos de autotransporte como la de importación, es conveniente relacionar los dos conceptos para obtener los saldos totales de la balanza comercial de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en México entre 1993 y 1996. La Gráfica 10 ilustra esta relación.

Gráfica 10.
Saldo total de la balanza comercial entre 1993 y 1996



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

Como se puede apreciar en la gráfica anterior, la balanza comercial que aquí se presenta está dada en "unidades vendidas" ya que en las estadísticas de la ANPACT no se proporciona ninguno de los datos fuente de esta gráfica en unidades monetarias.

En la sección sobre el comportamiento de las ventas en el mercado de exportación se había mencionado que las ventas en el mercado de exportación están en función de las ventas en el mercado nacional. Si el mercado nacional es lo suficientemente fuerte para absorber la oferta de vehículos de autotransporte, estos vehículos tienden a venderse casi en su totalidad en México, como sucedió en 1993 y 1994. En el caso contrario, si las ventas en el mercado nacional se reducen, como sucedió en 1995, las ventas de exportación tienden a aumentar. Por otra parte, en relación con el comportamiento de las ventas de importación con respecto al total de ventas en el mercado nacional, se había expuesto que existe una tendencia, que se ha presentado entre 1993 y 1996, en el sentido de que las ventas de importación tienden a crecer conforme aumentan las ventas en el

mercado nacional y tienden a disminuir cuando las ventas de exportación aumentan.

La combinación de los dos fenómenos anteriormente descritos trae por consecuencia que el saldo de la balanza comercial tienda a ser negativo cuando las ventas en el mercado nacional aumentan, ya que también aumentan las ventas de importación, y tienda a ser positivo cuando el tipo de cambio favorece las ventas de exportación y se trate de compensar una baja demanda en el mercado nacional mediante una mayor cantidad de ventas de exportación. El cuadro 29 permite explicar este fenómeno.

Cuadro 29.
Variación del saldo total de
la balanza comercial entre 1993 y 1996

Mercado	93	94	95	96	93-96
Exportación	1,040	748	1,771	2,779	6,338
Importación	1,628	4,071	236	122	6,057
Saldo Total	-588	-3,323	1,535	2,657	281
Variación		465.14%	-146.19%	73.09%	

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

El cuadro 29 muestra que paralelamente al aumento de las ventas de importación y la reducción de las ventas de exportación de 1994 con respecto a 1993, el déficit en la balanza comercial registró un aumento de 465.14% en el mismo periodo. Por el contrario, cuando las ventas de exportación aumentaron y las ventas de importación disminuyeron, como sucedió en 1995 con respecto a 1994, el saldo de la balanza comercial se redujo en 146.19%, lo que significa que dejó de ser deficitario y pasó a ser superavitario. Como en 1996 las ventas de exportación crecieron, y las ventas de importación decrecieron con respecto 1995, el superávit de la balanza comercial también aumentó en un 73.09% con respecto a 1995.

El hecho de que las ventas de exportación aumenten cuando las ventas de importación disminuyen y viceversa trae por consecuencia que el saldo total de la balanza comercial varía siempre en mayor proporción que las ventas de importación, cuando el saldo es negativo, y que las ventas de exportación, cuando el saldo es positivo. Por ejemplo, en 1994 las ventas de importación crecieron un 150.06% con respecto a 1993, pero el déficit de la balanza comercial aumentó 465.14% debido a que las ventas de exportación disminuyeron al mismo tiempo que aumentaron las ventas de importación, por lo que la variación de la balanza comercial registra ambos fenómenos mediante un aumento porcentual mayor al aumento de las importaciones de 1994 con respecto a 1993. En el caso opuesto, en 1996 las ventas de exportación crecieron un 56.92% con respecto a 1995, pero el superávit de la balanza comercial aumentó 73.09% debido a que las ventas de importación disminuyeron al mismo tiempo que aumentaron las ventas de exportación, por lo que la variación de la balanza comercial registra ambos fenómenos mediante un aumento porcentual mayor al aumento de las exportaciones de 1996 con respecto a 1995.

Por otra parte, hay otro fenómeno que también está presente en relación con la balanza comercial y se refiere al hecho de que cuando existen condiciones propicias para las ventas de importación, las ventas de importación tienden a aumentar mucho más rápidamente de lo que aumentan las ventas de exportación cuando existen condiciones propicias para las ventas de exportación. Para demostrar esta afirmación, es necesario suponer que entre las condiciones propicias para la importación se encuentran una sobrevaluación del peso con respecto al dólar y un mercado nacional con ventas superiores a las 30,000 unidades. En estas condiciones, similares a las que se dieron en 1994, las importaciones tienden a aumentar muy rápidamente y esto se refleja en el aumento del 150.06% que tuvieron las ventas de importación en 1994 con respecto a 1993. El aumento de 150.06% implica que en 1994 se vendieron 2,443 unidades de importación más que en 1993. Por el contrario, para analizar la magnitud del aumento de las exportaciones en condiciones propicias para la exportación se requiere suponer que existe un tipo de cambio subvaluado y que el mercado nacional tiene ventas inferiores a las 10,000 unidades. En estas condiciones, similares a las que se dieron en 1995, las ventas de

exportación tienden a aumentar muy rápidamente, pero no tan rápido como aumentan las ventas de importación cuando existen condiciones propicias a la importación, y esto se refleja en el aumento del 136.76% que tuvieron las ventas de exportación en 1995 con respecto a 1994. El aumento de 136.76% implica que en 1995 se vendieron 1,023 unidades de exportación más que en 1994. Como se puede deducir de lo anteriormente expuesto, el aumento de las importaciones en 1994 con respecto a 1993 superó en proporción y en cantidad al aumento de las exportaciones de 1995 con respecto a 1994. La razón que explica este fenómeno es que, si las condiciones propicias para la exportación son la consecuencia de una fuerte devaluación del peso con respecto al dólar, lleva más tiempo adaptarse a un cambio total de condiciones como la caída del mercado que adaptarse a un crecimiento de la demanda en el mercado.

El cuadro 29 muestra en su última columna de la derecha los saldos de la balanza comercial para el conjunto de los cuatro años que integran el periodo de 1993 a 1996. Como se puede observar, el saldo total de la balanza comercial en el periodo de 1993 a 1996, hubiera sido mucho mayor a las 281 unidades si las ventas de importación de 1993 y 1994 no hubieran sido tan elevadas.

La importancia de considerar los saldos de la balanza comercial para el conjunto de los cuatro años que integran el periodo de 1993 a 1996, radica en que permite obtener una conclusión respecto a la relación entre el total de ventas de exportación y el total de ventas de importación para el conjunto de los cuatro años que integran el periodo de 1993 a 1996. Esta conclusión es que, al considerar el conjunto de ventas de exportación y de importación de los cuatro años que integran el periodo de 1993 a 1996, la industria fabricante de vehículos de autotransporte en México tuvo un saldo superavitario en la balanza comercial y, que dicho superávit significa que las ventas de exportación fueron superiores en un 4.64% a las ventas de importación, es decir, el superávit representa el 4.64% del total de las 6,057 unidades de importación vendidas en el conjunto de los cuatro años que integran el periodo de 1993 a 1996.

Finalmente, sólo resta mencionar que el alcance de la conclusión anteriormente expuesta está determinado por la propia forma de integración de los saldos de la balanza comercial para el conjunto de los cuatro años que integran el periodo de 1993 a 1996, la cual no considera el comportamiento de los saldos de la balanza comercial en cada uno de los años del periodo de 1993 a 1996. Por otra parte, también es necesario mencionar que la presentación de los saldos de la balanza comercial para el conjunto de los cuatro años que integran el periodo de 1993 a 1996 no tiene otro fin que el de ofrecer una visión de la relación entre las ventas de exportación y de importación para el conjunto del periodo de 1993 a 1996 y por ello, es una de las tres estadísticas dentro de todas las secciones sobre las ventas de la industria de vehículos de autotransporte que integra datos sobre el conjunto de los cuatro años que son el objeto de estudio del presente trabajo. Las otras dos estadísticas que consideran datos sobre el conjunto de los cuatro años que son el objeto de estudio del presente trabajo, se encuentran una, en la sección sobre el comportamiento de los saldos de la balanza comercial por segmentos de mercado y otra, en la sección sobre el saldo de la balanza comercial de las empresas fabricantes.

3.3.3.6.2. Comportamiento de los saldos de la balanza comercial por segmentos de mercado

La balanza comercial por segmentos permite profundizar el análisis sobre el comportamiento del saldo total de la balanza comercial. El cuadro 30 muestra los saldos de la balanza comercial por segmentos de mercado con respecto al total de ventas de exportación y de importación por segmentos entre 1993 y 1996.

Cuadro 30.
Saldos de la balanza comercial
por segmentos de mercado entre 1993 y 1996

Segmento	Saldos				
	93	94	95	96	93-96
Camiones	239	-2,148	911	1,824	826
Chasis Pasaje	615	181	214	326	1,336
Construcción	-117	-42	114	167	122
Quinta Rueda	-250	-139	220	79	-90
Autobuses	-1,075	-1,175	81	261	-1,908
V. Especiales	0	0	-5	0	-5
Total	-588	-3,323	1,535	2,657	281

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

El análisis del cuadro 30 se divide en dos partes, primeramente se estudian los saldos de la balanza comercial por segmentos en cada uno de los años del período de 1993 a 1996, y posteriormente se analizan los saldos de la balanza comercial por segmentos para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996.

Con relación a los saldos de la balanza comercial por segmentos en cada uno de los años del período de 1993 a 1996, a través del cuadro 30 es posible saber, por ejemplo, que las ventas de importación de autobuses integrales superaron a las ventas de exportación del mismo segmento por un total de 1,075 unidades en 1993. Es decir, el análisis

de los saldos de la balanza comercial por segmento permite conocer los segmentos en los que las ventas de exportación fueron superiores a las ventas de importación, que son aquellos que tienen un saldo positivo, así como aquellos segmentos en los que las ventas de importación fueron superiores a las ventas de exportación, que son aquellos que tienen un saldo negativo. Al analizar las ventas de exportación por segmentos y las ventas de importación por segmentos fue posible apreciar que el comportamiento de las ventas por segmentos puede diferir del comportamiento del total de ventas de importación o de exportación, según sea el caso. Por ello, no resulta extraño encontrar que aunque el saldo total de la balanza comercial haya sido positivo o negativo en alguno de los años que abarca el período de 1993 a 1996, los diferentes saldos de la balanza comercial por segmentos tengan un comportamiento opuesto al del saldo total de un determinado año. Así, es posible observar que de no ser por los saldos positivos de la balanza comercial de los camiones pesados y de los chasis para pasaje en 1993 y de los chasis para pasaje en 1994, el saldo total negativo de cada uno de esos años hubiera sido aún mayor de lo que finalmente fue. En 1993, el saldo total negativo de la balanza comercial se debió principalmente al saldo negativo que tuvo la balanza comercial del segmento de autobuses integrales. Para 1994, la enorme cantidad de ventas de importación de camiones pesados y de autobuses integrales ocasionó que el saldo total de la balanza comercial fuera negativo.

Otro de los aspectos que muestra el cuadro 30 es que el segmento de chasis para pasaje fue el único que tuvo un saldo positivo en cada uno de los años del período de 1993 a 1996, lo cual tiene una gran importancia puesto que, como se recordará, es uno de los tres segmentos más importantes en ventas tanto con respecto al gran total de ventas, como con respecto al total de ventas en el mercado nacional. En el caso de los segmentos de camiones pesados y de tractocamiones quinta rueda, cuyas ventas tanto con respecto al gran total de ventas como con respecto al total de ventas en el mercado nacional también los colocan entre los tres primeros segmentos de mayores ventas en ambos mercados, los saldos de la balanza comercial muestran que hasta antes de 1995, ambos segmentos tuvieron al menos algún año en el que el saldo de la balanza comercial

fue deficitario. Efectivamente, no fue sino hasta después de la devaluación de diciembre de 1994 cuando los saldos de la balanza comercial de prácticamente todos los segmentos, con la excepción del saldo de la balanza comercial de vehículos especiales en 1995, fueron superavitarios.

Con relación a los saldos de la balanza comercial por segmentos para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996, el cuadro 30 muestra en su última columna de la derecha que existen tres segmentos en los que hubo una mayor cantidad de ventas de exportación que de importación entre 1993 y 1996. Estos segmentos fueron los de camiones pesados, chasis para pasaje y segmento de la construcción. En los otros tres segmentos, el de tractocamiones quinta rueda, el de autobuses integrales y el de vehículos especiales, hubo mayores ventas de importación que de exportación en el período de 1993 a 1996. Además, también es notable el hecho de que el mayor saldo negativo en la balanza comercial del período de 1993 a 1996 se dio en el segmento de autobuses integrales. De hecho, el saldo total de la balanza comercial en el período de 1993 a 1996, hubiera sido mucho mayor a las 281 unidades si las ventas de importación de autobuses integrales en 1993 y 1994 no hubieran sido tan elevadas.

Finalmente, sólo resta mencionar que el alcance de la conclusión anteriormente expuesta está determinado por la propia forma de integración de los saldos de la balanza comercial por segmentos para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996, la cual no considera el comportamiento de los saldos de la balanza comercial por segmentos en cada uno de los años del período de 1993 a 1996. Por otra parte, también es necesario mencionar que la presentación de los saldos de la balanza comercial por segmentos para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996 no tiene otro fin que el de ofrecer una visión de la relación entre las ventas de exportación y de importación para el conjunto del período de 1993 a 1996 y por ello, es una de las tres estadísticas dentro de todas las secciones sobre las ventas de la industria de vehículos de autotransporte que integra datos sobre el conjunto de los cuatro años que son el objeto de estudio del presente trabajo. Las otras dos

estadísticas que consideran datos sobre el conjunto de los cuatro años que son el objeto de estudio del presente trabajo, se encuentran una, en la sección sobre el comportamiento del saldo total de la balanza comercial y otra, en la sección sobre el saldo de la balanza comercial de las empresas fabricantes.

3.3.3.6.3. Saldo de la balanza comercial de las empresas fabricantes

El saldo de la balanza comercial de las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte se forma al restar al total de las ventas de exportación de una empresa durante un año el total de sus ventas de importación. El cuadro 31 muestra esta relación para cada una de las empresas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en México entre 1993 y 1996.

Cuadro 31.
Saldo de la balanza comercial de las
empresas fabricantes entre 1993 y 1996

Empresa	Saldos				
	93	94	95	96	93-96
Chrysler	611	227	33	0	871
Dina	194	488	861	974	2,517
Ford	0	-2,309	54	0	-2,255
GM	0	-328	-118	42	-404
KW	-4	-1	236	1,306	1,537
MBM	-1,315	-1,170	342	336	-1,807
MASA	0	-219	-35	-7	-261
Oshmex	0	0	26	0	26
Scania	0	0	90	49	139
Volvo	-74	-11	46	-43	-82
Total	-588	-3,323	1,535	2,657	281

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

El análisis del cuadro 31 se divide en dos partes, primero se estudian los saldos de la balanza comercial de las empresas fabricantes en cada uno de los años del período de 1993 a 1996, y posteriormente se analizan los saldos de la balanza comercial de las empresas fabricantes para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996.

Con relación a los saldos de la balanza comercial de las empresas fabricantes en cada uno de los años del período de 1993 a 1996, a través del cuadro 31 es posible saber, por ejemplo, que el total de las ventas de importación de Mercedes-Benz durante 1993 superó a su total de ventas de exportación por 1,315 unidades, lo que colocó a esta empresa como la que tuvo el mayor déficit en su balanza comercial entre las tres empresas que tuvieron un déficit en ese año. Para 1994, que fue el año en el que hubo un mayor desequilibrio entre los totales de ventas de importación y de exportación en el período de 1993 a 1996, el número de empresas con una balanza comercial negativa aumentó a seis y la empresa que tuvo un mayor saldo negativo en su balanza comercial fue Ford, la cual fue seguida por Mercedes-Benz y por General Motors. En 1995, cuando el saldo total de la balanza comercial fue positivo, sólo dos empresas, General Motors y Mexicana de Autobuses, tuvieron un saldo negativo en sus respectivas balanzas comerciales, aunque el saldo negativo de ninguna de estas empresas superó las 120 unidades. Finalmente, para 1996 Volvo y Mexicana de Autobuses tuvieron un saldo negativo que, en comparación con el saldo total positivo de ese año, en ambos casos fue realmente muy pequeño y no superó las 50 unidades por empresa.

Al observar el cuadro 31 es evidente que los saldos totales negativos de 1993 y de 1994 estuvieron influenciados principalmente por el saldo negativo de Mercedes-Benz en 1993 y por los saldos negativos de Mercedes-Benz y de Ford en 1994. Aquí se ha mencionado que los saldos totales estuvieron influenciados por los saldos negativos de algunas compañías debido a que no es posible obtener un porcentaje del saldo negativo de cada empresa respecto al saldo total negativo ya que en el saldo negativo también están representados algunos saldos positivos y esto impide que el cálculo del porcentaje sea correcto. Por

otra parte, de la información del cuadro 31 también destaca que Mexicana de Autobuses y Volvo fueron las únicas empresas que tuvieron un saldo negativo en su balanza comercial en tres años distintos y que Mexicana de Autobuses fue la única empresa que ha tenido por dos ocasiones consecutivas un saldo negativo después de la devaluación de diciembre de 1994. En el caso opuesto, las empresas que siempre tuvieron un saldo positivo en su balanza comercial entre 1993 y 1996 fueron Chrysler, Dina, Oshmex y Scania.

Con relación a los saldos de la balanza comercial de las empresas fabricantes para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996, el cuadro 31 muestra en su última columna de la derecha que existen cinco compañías en las que hubo una mayor cantidad de ventas de exportación que de importación entre 1993 y 1996. Estas compañías fueron Chrysler, Dina, Kenworth, Oshmex y Scania. Como puede observarse, a Chrysler, Dina, Oshmex y Scania, que tuvieron una balanza comercial positiva en cada uno de los años del período de 1993 a 1996, se agregó Kenworth, que es una compañía que tuvo saldos negativos muy pequeños en 1993 y 1994, y saldos positivos bastante amplios en 1995 y sobre todo en 1996, para formar el grupo de las cinco compañías en las que hubo una mayor cantidad de ventas de exportación que de importación entre 1993 y 1996. Con respecto al conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996, las compañías que tuvieron una balanza comercial negativa fueron, en orden de mayor a menor déficit, Ford, Mercedes-Benz, General Motors, Mexicana de Autobuses y Volvo.

Finalmente, sólo resta mencionar que el alcance de las observaciones anteriormente expuestas está determinado por la propia forma de integración de los saldos de la balanza comercial de las empresas fabricantes para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996, la cual no considera el comportamiento de los saldos de la balanza comercial de las empresas fabricantes en cada uno de los años del período de 1993 a 1996. Por otra parte, también es necesario mencionar que la presentación de los saldos de la balanza comercial de las empresas fabricantes para el conjunto de los cuatro años que integran el período de 1993 a 1996 no tiene otro fin que el de ofrecer

una visión de la relación entre las ventas de exportación y de importación para el conjunto del período de 1993 a 1996 y por ello, es una de las tres estadísticas dentro de todas las secciones sobre las ventas de la industria de vehículos de autotransporte que integra datos sobre el conjunto de los cuatro años que son el objeto de estudio del presente trabajo. Las otras dos estadísticas que consideran datos sobre el conjunto de los cuatro años que son el objeto de estudio del presente trabajo se encuentran una, en la sección sobre el comportamiento del saldo total de la balanza comercial y otra, en la sección sobre el comportamiento de los saldos de la balanza comercial por segmentos de mercado.

3.3.4. Niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

El análisis de los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996 constituye la última parte de la sección sobre el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en el período mencionado.

Para analizar los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte, esta sección se ha dividido en dos partes. Primero, se estudiará el comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en la industria, y posteriormente se estudiará el comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en las empresas fabricantes. Esta división tiene por objeto analizar, por una parte, los niveles de empleo en el conjunto de la industria, y por otra, los niveles de empleo para cada una de las empresas fabricantes. Adicionalmente, se analizarán sistemáticamente tres aspectos en cada una de las dos partes en que se divide el estudio de los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Primero se analizará la variación del nivel de empleo total y por tipo de empleado, posteriormente, el porcentaje de los tipos de empleado con respecto al nivel de empleo total, y finalmente, se hará una relación entre el gran total de ventas y el nivel de empleo total. En la sección sobre el comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en las empresas fabricantes se agregará una sección acerca del porcentaje de empleados de las empresas fabricantes respecto al nivel de empleo total y respecto al total por tipo de empleado de la industria.

A lo largo de esta sección, se considera que el nivel de empleo total está integrado por el total de empleados obreros y por el total de empleados administrativos. Por ello, se hablará sobre el nivel de empleo total en la industria y sobre el nivel de empleo total de alguna empresa en específico. De igual forma, se hablará sobre el total de empleados obreros y sobre el total de empleados administrativos ya

sea de la industria, o de alguna empresa en específico. También deberá tomarse en cuenta que los empleados obreros y los empleados administrativos constituyen los dos tipos de empleado de la industria o de alguna empresa en específico. La comprensión de los términos anteriormente descritos es esencial para comprender el desarrollo de la presente sección y los diferentes cuadros estadísticos que se presentan a lo largo de ella.

El criterio de clasificación de todo el personal de una industria o una empresa en empleados "obreros" y en empleados "administrativos" no está claramente especificado, puesto que no se define en ningún momento la amplitud de cada término, y por lo tanto, es un criterio un tanto arbitrario. Sin embargo, se ha adoptado esta clasificación a lo largo del presente trabajo y para el desarrollo de las estadísticas que en él se integran porque es la que corresponde a las estadísticas proporcionadas por la SECOFI y la ANPACT.

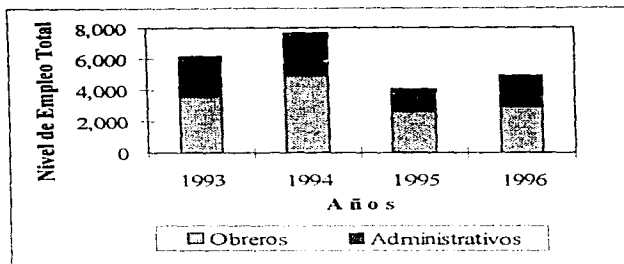
Finalmente, sólo queda mencionar que las estadísticas de empleo que se presentan en esta sección incluyen información de las siguientes empresas: Chasises y Autopartes Oshmex; Dina Camiones y Dina Autobuses; Fabrica Nacional de Autobuses; Kenworth Mexicana; Mercedes-Benz Mexico y Mercedes-Benz Omnibuses México; Mexicana de Autobuses; Navistar International Corporation de México; Omnibuses Integrales; Scania de México; Trailers de Monterrey; Victor Patrón; y, Volvo Trucks de México. Como se puede observar, las cifras de empleo presentadas en esta sección no incluyen datos del número de personas empleadas por Chrysler, Ford y General Motors ya que, aunque estas empresas fabrican vehículos de autotransporte, su principal actividad es la fabricación de vehículos automotores, por lo que el incluir las cifras de empleo de estas tres compañías tendría principalmente dos efectos que no se consideran benéficos para analizar los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Por una parte, aunque existe información acerca del número de personas empleadas por Chrysler, Ford y General Motors, esta información no permite distinguir entre la cantidad de personas que trabajan en la producción de vehículos de autotransporte y la cantidad de personas que trabajan en la producción

de vehículos automotores. En consecuencia, el incluir información acerca de la cantidad de personas empleadas por Chrysler, Ford y General Motors haría que las estadísticas del presente trabajo no sólo hicieran referencia a la cantidad de personas empleadas por la industria fabricante de vehículos de autotransporte, sino también a una parte considerable de la cantidad de personas empleadas por la industria fabricante de vehículos automotores, la cual no es el objeto de estudio del presente trabajo. Por otra parte, la información acerca del número de personas empleadas por Chrysler, Ford y General Motors muestra que el empleo generado por estas tres compañías supera las 20,000 personas en cada uno de los años del período de 1993 a 1996, y esta cantidad es casi tres veces mayor a la cantidad de personas empleadas por el resto de las empresas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en cada uno de los años del período mencionado. En consecuencia, el incluir información acerca de la cantidad de personas empleadas por Chrysler, Ford y General Motors haría que las estadísticas del presente trabajo no reflejaran adecuadamente el comportamiento del empleo en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte sino principalmente el comportamiento del empleo en estas tres compañías, las cuales no son representativas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte.

3.3.4.1. Comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en la industria

Como primera parte de este análisis, la gráfica 11 muestra el comportamiento del nivel de empleo total en la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996. Además, la gráfica 11 ilustra la proporción de empleados "obreros" y "administrativos" que integran el total de personas empleadas en la industria. En la gráfica 11 se puede apreciar con toda claridad la drástica caída que sufrió el nivel de empleo después de la crisis financiera mexicana de diciembre de 1994.

Gráfica 11.
Comportamiento del nivel de empleo total en la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996



Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

La importancia de la gráfica 11 radica en que hace evidente que el comportamiento del nivel de empleo total en la industria fabricante de vehículos de autotransporte está íntimamente ligado al desempeño general de la industria. Así, mientras que el nivel de empleo en la industria en 1993 se encontró por arriba de las 6,000 personas y en 1997 incluso llegó a más de 7,000 personas, en 1995 el nivel apenas superó las 4,000 personas y, aún con la recuperación en ventas de 1996, el nivel de empleo en 1996 no logró alcanzar las 5,000 personas.

El cuadro 32 resume la cantidad total de personas empleadas por la industria fabricante de vehículos de autotransporte desde 1993 hasta 1996, así como las variaciones porcentuales entre las cifras de un año con respecto al anterior.

Cuadro 32.
Variación del nivel de empleo total y
por tipo de empleado en la industria fabricante de
vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Tipo de Empleado	93	94	95	96
Obreros	3,614	4,907	2,642	2,958
<i>Variación</i>		35.78%	-46.16%	11.96%
Administrativos	2,539	2,777	1,403	1,945
<i>Variación</i>		9.37%	-49.48%	38.63%
Empleo Total	6,153	7,684	4,045	4,903
<i>Variación</i>		24.88%	-47.36%	21.21%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

A través del cuadro 32 es posible saber que en 1994, la industria fabricante de vehículos de autotransporte dio empleo a 7,684 personas, lo que representó un aumento de 24.88% con respecto a la cantidad de personas empleadas en 1993, es decir, se dio empleo 1,531 personas más que en 1993. Las 7,684 empleadas en 1994 representan el nivel de empleo más alto de la industria en el período de 1993 a 1996. Sin embargo, el considerable aumento en el nivel de empleo logrado durante la mayor parte de 1994 se perdió después de la crisis financiera de diciembre de ese mismo año, y para 1995, el nivel de empleo cayó un 47.36% con respecto al año anterior. En otras palabras, del total de personas que habían trabajado en la industria fabricante de vehículos de autotransporte en 1994, sólo el 52.64% conservó su empleo, es decir, prácticamente una de cada dos personas lo perdió. Finalmente, el cuadro 32 muestra que, a pesar de que en 1996 hubo un aumento del 21.21% en el nivel de empleo con respecto a 1995, la cantidad de personas que trabajaron en la industria fabricante de vehículos de autotransporte en 1996 apenas representó el 63.81% de la cantidad de 1994, es decir, la cantidad de personas empleadas en 1996 representa un poco menos de las dos terceras partes de la cantidad de 1994.

Otro de los aspectos que muestra el cuadro 32 es la variación del nivel de empleo por tipo de empleado. A este respecto, lo más sobresaliente del cuadro 32 es que muestra que en 1994, cuando el nivel de empleo total aumentó un 24,88% con respecto a 1993, el nivel de empleo de los empleados administrativos sólo aumentó un 9,37%, mientras que el nivel de empleo de los empleados obreros aumentó un 35,78% con respecto al año anterior, es decir, la variación del nivel de empleo de los empleados obreros fue más significativa que la de los empleados administrativos. En 1995, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, los niveles de empleo de ambos tipos de empleados sufrieron disminuciones similares. Sin embargo, los niveles de empleo de ambos tipos de empleados volvieron a tener un comportamiento menos semejante entre sí en 1996, cuando el nivel de empleo total aumentó un 21,21% con respecto a 1995 y el nivel de empleo de los empleados administrativos registró un aumento del 38,63%, mientras que el nivel de empleo de los empleados obreros sólo aumentó un 11,96% con respecto al año anterior. En otras palabras, en 1996, la variación del nivel de empleo de los empleados administrativos con respecto a 1995 fue más significativa que la de los empleados obreros. El hecho de que el nivel de empleo de los empleados obreros haya aumentado de una manera más importante que el de los empleados administrativos en 1994 y que en 1996 el fenómeno se haya realizado a la inversa, indica que, aunque las variaciones de los dos niveles de empleo por tipo de empleado casi siempre siguen la misma tendencia que la variación del nivel de empleo total, no existe ninguna relación entre las variaciones de los niveles de empleo de los dos tipos de empleados y la variación del nivel de empleo total que permita afirmar que en el período de 1993 a 1996 alguno de los dos niveles de empleo por tipo de empleado tenga una mayor tendencia a aumentar o a disminuir ante las diferentes variaciones en el nivel de empleo total.

Uno de los aspectos más importantes en el análisis del empleo por tipo de empleado es el estudio del porcentaje de los tipos de empleado con respecto al nivel de empleo total en la industria fabricante de vehículos de autotransporte. El cuadro 33 muestra esta información.

Cuadro 33.
Porcentaje de los tipos de empleado con respecto
al nivel de empleo total en la industria fabricante
de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Tipo de Empleado	93	94	95	96
Obreros	3,614	4,907	2,642	2,958
<i>% del Empleo Total</i>	58.74%	63.86%	65.32%	60.33%
Administrativos	2,539	2,777	1,403	1,945
<i>% del Empleo Total</i>	41.26%	36.14%	34.68%	39.67%
Empleo Total	6,153	7,684	4,045	4,903
<i>% Total</i>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

El cuadro 33 permite saber, por ejemplo, que los 2,958 empleados obreros que trabajaron en la industria fabricante de vehículos de autotransporte en 1996 representaron el 60.33% del total de personas empleadas por la industria, y que los 1,945 trabajadores administrativos de 1996 representaron el 39.67% del total. Aunque en cada año del período de 1993 a 1996 hubo una mezcla de empleados obreros y administrativos diferente, es posible afirmar que, en promedio, los empleados obreros representaron aproximadamente el 60% del total de empleados de la industria, mientras que el restante 40% correspondió a los empleados administrativos.

La importancia de conocer la composición o mezcla de empleados obreros y administrativos al interior de la industria durante un periodo determinado radica en que la mezcla de empleados obreros y administrativos es uno de los parámetros que permiten tener una perspectiva de la manera en que ha evolucionado el grado de eficiencia de los procesos productivos al interior de esa industria. En efecto, en una industria manufacturera en donde los niveles de automatización y/o eficiencia tienden a aumentar, el porcentaje de empleados obreros debe tender a ser igual o menor que el porcentaje

de empleados administrativos. Al analizar el caso de la industria fabricante de vehículos de autotransporte bajo esta óptica, el cuadro 33 muestra que el porcentaje de empleados obreros de la industria observó una tendencia a aumentar entre 1993 y 1995, y aunque en 1996 esta tendencia se revirtió ligeramente, esta ligera disminución del porcentaje de empleados obreros en 1996 con respecto a 1995 no permite afirmar que el porcentaje de empleados obreros haya tenido una disminución real en el período de 1993 a 1996, ya que el porcentaje de empleados obreros de 1996 es incluso superior al porcentaje de 1993, que fue el más bajo del período comprendido entre 1993 y 1996. En conclusión, la evolución de los porcentajes de empleados obreros y empleados administrativos en la industria fabricante de vehículos de autotransporte no permite establecer que la automatización y/o la eficiencia de la industria tiendan a aumentar.

Sin embargo, vale la pena recordar que el porcentaje o mezcla de empleados obreros y administrativos al interior de la industria durante un período determinado es un parámetro de eficiencia que, como parámetro, ofrece, prácticamente por definición, una visión siempre limitada a la consideración de los factores que se analizan, por lo que las conclusiones derivadas exclusivamente de la evaluación de los resultados de un sólo parámetro podrían no estar exentas de error. Por ello, otra forma de evaluar la eficiencia de la industria es mediante la comparación del total de vehículos vendidos y la cantidad de personas necesarias para vender esos vehículos, lo que permite obtener un índice de la cantidad de artículos vendidos por cada empleado anualmente. El cuadro 34 muestra esta relación al interior de la industria fabricante de vehículos de autotransporte.

Cuadro 34.
Relación entre el gran total de ventas y
el nivel de empleo total en la industria fabricante
de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996*

	93	94	95	96
Gran Total de Ventas	28,144	26,435	5,550	9,241
<i>Variación</i>		-6.07%	-79.01%	66.50%
Empleo Total	6,153	7,684	4,045	4,903
<i>Variación</i>		24.88%	-47.36%	21.21%
GTV / Empleo Total	4.57	3.44	1.37	1.88
<i>Variación</i>		-24.79%	-60.12%	37.37%

* El gran total de ventas no incluye las ventas de Chrysler, Ford y General Motors

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

A través del cuadro 34 es posible saber, por ejemplo, que en 1993, cuando la industria contaba con un total de 6,153 empleados, se vendieron 28,144 vehículos de autotransporte, lo que significa que por cada empleado de la industria en 1993 se vendieron aproximadamente 4.57 vehículos de autotransporte. Antes de continuar con el análisis del cuadro 34, es importante volver a recordar que las cifras de la cantidad total de personas empleadas en Chrysler, Ford y General Motors no han sido consideradas en esta estadística por las razones que se explicaron en la sección sobre los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996. En consecuencia, las cifras de ventas de esas tres compañías tampoco se han considerado para el cálculo de la relación entre el gran total de ventas y el nivel de empleo total en la industria fabricante de vehículos de autotransporte que se muestra en el cuadro 34 porque el hecho de comparar una cantidad que incluyera información sobre esas tres compañías con otra cantidad que no la incluyera, evidentemente hubiera distorsionado la información.

Para continuar con el análisis del cuadro 34, es necesario señalar que la evolución de la cantidad anual de vehículos vendidos en la industria por cada empleado es un parámetro de eficiencia según el cual, mientras más vehículos se vendan por cada empleado de la industria, mejor será la eficiencia. Bajo este criterio, el cuadro 34 muestra que la eficiencia de la industria tuvo una tendencia a la baja entre 1993 y 1995 y que en 1996 la eficiencia aumentó sensiblemente. Para ilustrar mejor estos cambios, el cuadro 34 muestra las variaciones de cada uno de los factores considerados en este parámetro, es decir las variaciones del gran total de ventas, las variaciones del nivel de empleo total y también las variaciones de la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria anualmente.

Al observar las variaciones del gran total de ventas y las variaciones del nivel total de empleo de la industria, se puede observar el efecto del comportamiento de cada uno de estos factores en la variación de la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado. Por ejemplo, en 1994 las ventas disminuyeron un 6.07% y nivel de empleo aumentó 24.88% con respecto a 1993. En consecuencia, la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria cayó un 24.79% con respecto al año anterior. Como se puede observar, en 1994 la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria se vio afectada por la variación "en su contra" de los dos factores considerados para su integración. En efecto, el criterio de eficiencia del índice es que, a empleo constante y mayores ventas, aumenta la eficiencia, y que a ventas constantes y menor nivel de empleo, también aumenta la eficiencia. Si se considera que en 1994 se vendieron menos vehículos que en 1993 y que el nivel total de empleo aumentó con respecto a 1993, es evidente que ambos factores variaron a la inversa de como debieron haber variado para que aumentara la eficiencia, lo que trajo como consecuencia que la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado en 1994 disminuyó con respecto a la de 1993.

En 1995 no sólo disminuyeron las ventas con respecto a 1994, sino que además, a diferencia de 1994, también disminuyó el nivel de empleo total con respecto al año anterior. En consecuencia, la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado en 1995 disminuyó con respecto a la de 1994 para ubicarse en 1.37 vehículos por empleado, lo que además de representar una disminución de 60.12%

con respecto al año anterior, también representa el nivel de eficiencia más bajo de todo el período de 1993 a 1996, y además coincide con el período inmediatamente posterior a la crisis financiera de diciembre de 1994.

La parte más interesante de la disminución de la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado en 1995 con respecto a la de 1994 es que muestra que la caída del gran total de ventas en 1995 fue tan severa, que aún cuando el nivel de empleo total también se redujo considerablemente, esta reducción no impidió que el nivel de eficiencia se redujera también drásticamente. Si la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria disminuyó tan drásticamente en 1995 con respecto a 1994, a pesar de la importante disminución en el empleo, resultaría muy interesante saber qué tanto más hubiera disminuido la eficiencia de la industria si el nivel de empleo de 1995 hubiera sido el mismo que el de 1994. Es decir, si se divide 5,550, que fue el gran total de ventas real de 1995, entre 7,684, que fue el nivel de empleo total de 1994, la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria hubiera sido de 0.72, lo que hubiera representado una disminución de 79.01% con respecto a 1994, es decir, apenas 19 puntos porcentuales menos que la variación real de la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria en 1995 con respecto a 1994. Entonces, la pregunta lógica sería hasta qué límite la disminución de 47.36% del nivel de empleo de 1995 con respecto a 1994 justificó realmente el haber evitado que la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria hubiera disminuido apenas 19 puntos porcentuales menos de lo que hubiera disminuido si no se hubiera perdido ningún empleo. Evidentemente, la reducción del nivel del empleo después de una crisis no responde únicamente al criterio de la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria. Sin embargo, este fenómeno muestra claramente dos conclusiones. Por una parte, que la caída del mercado en el período inmediatamente posterior a una crisis de la magnitud de la de diciembre de 1994 en México hace que la eficiencia de la industria disminuya muy drásticamente, a pesar de que se tomen medidas para mejorar la eficiencia como la reducción del nivel de empleo. Y por otra parte, que la caída del mercado en el período inmediatamente posterior a una crisis de la magnitud de la de diciembre de 1994 en México hace que la reducción del nivel de

empleo total tal vez no esté tan justificada como podría parecer, puesto que el nivel de reducción de empleo no es proporcional a la diferencia entre la eficiencia que se tendría con la reducción de empleo y la eficiencia que se tendría sin la reducción de empleo, entendiendo la eficiencia en términos de la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado de la industria.

Finalmente, sólo queda comentar la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado en 1996 con respecto a la de 1995. En 1996 el gran total de ventas aumentó un 66.50%, mientras que el nivel de empleo total aumentó un 21.21% y la cantidad de vehículos vendidos por cada empleado aumentó un 37.37% con respecto a 1995. Como se puede observar, en 1996 el gran total de ventas aumentó de manera mucho más importante que el nivel de empleo total, lo que trajo como resultado que el nivel de eficiencia también aumentara. Si se compara el comportamiento del gran total de ventas y del nivel de empleo total de 1996 con el de 1995, es evidente que 1996 sucedió lo contrario que en 1995. Es decir, en 1996 el aumento del gran total de ventas fue más importante que el del nivel total de empleo, lo que hizo que la eficiencia aumentara, mientras que en 1995, la disminución del gran total de ventas fue mucho más drástica que la del nivel de empleo total, lo que provocó que la eficiencia disminuyera.

3.3.4.2. Comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en las empresas fabricantes

Una vez que se ha analizado el comportamiento del nivel de empleo total de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996, es momento de analizar el comportamiento del nivel de empleo en cada una de las empresas fabricantes. Para comenzar este análisis, el cuadro 35 muestra la cantidad total de personas empleadas en las empresas de la industria, la cual está integrada por la cantidad de empleados obreros y por la cantidad de empleados administrativos que se desempeñaron en cada una de las empresas.

Cuadro 35.
Empleo total y por tipo de empleado en las empresas fabricantes de
vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Empresa	Cantidad de empleados											
	1993			1994			1995			1996		
	O	A	T	O	A	T	O	A	T	O	A	T
Dina	2,049	1,265	3,314	1,711	872	2,583	1,332	468	1,800	1,300	600	1,900
Fanasa	226	29	255	226	31	257	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
KW	389	305	694	484	203	687	210	105	315	336	519	855
MBM	840	810	1,650	802	936	1,738	257	362	619	437	352	789
MASA	n.d.	n.d.	n.d.	1,050	371	1,421	451	188	639	399	184	583
Navistar	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0	7	7	0	32	32
OI	n.d.	n.d.	n.d.	200	144	344	99	99	198	99	87	186
Oshmex	n.d.	n.d.	n.d.	25	25	50	n.d.	n.d.	n.d.	10	17	27
Scania	n.d.	n.d.	n.d.	30	13	43	27	12	39	35	25	60
Tramosa	70	100	170	369	156	525	259	139	398	342	110	452
Vipsa	40	30	70	10	26	36	7	23	30	n.d.	n.d.	n.d.
Volvo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0	19	19
Total	3,614	2,539	6,153	4,907	2,777	7,684	2,642	1,403	4,045	2,958	1,945	4,903

O = Empleados obreros

A = Empleados administrativos

T = Empleo Total

n.d. = dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

A través del cuadro 35 es posible saber, por ejemplo, que en 1996 Dina tuvo un total de 1,900 empleados, de los cuales 1,300 eran empleados obreros y 600 eran empleados administrativos. La observación del cuadro 35 hace evidente también que las cifras del nivel de empleo de algunas compañías son más consistentes que las de otras. Por ejemplo, el cuadro 35 muestra que Dina, Kenworth, Mercedes-Benz y Trailers de Monterrey son las únicas cuatro compañías de las que se tiene las cifras del nivel de empleo de cada uno de los cuatro años del periodo estudiado. En el caso de las demás compañías, sólo se cuenta con las cifras del nivel de empleo de algunos de los cuatro años del periodo. En el caso de Mexicana de Autobuses, Omnibuses Integrales, Scania de México y Victor Patrón sólo se cuenta con las cifras del nivel de empleo de tres de los cuatro años del periodo. En el caso de Oshmex, Fábrica Nacional de Autobuses y Navistar de México, sólo se cuenta con las cifras del nivel de empleo de dos de los cuatro años del periodo. Finalmente, el único caso en el que sólo se cuenta con las cifras de empleo de uno de los cuatro años del periodo es Volvo.

El hecho de que no se cuente con las cifras del nivel de empleo de los cuatro años del periodo de todas las compañías a las que se hace referencia en el cuadro 35 se debe a que la compañía no reportó esa información a SECOFI o a que la compañía no tuvo operaciones en el año de que se trate. Sin embargo, la importancia del cuadro 35 radica en que, a pesar de que no se cuenta con las cifras del nivel de empleo de los cuatro años del periodo de todas las compañías, el cuadro 35 sí muestra las cifras del nivel de empleo de los cuatro años del periodo de Dina, Mercedes-Benz y Kenworth, que fueron las compañías más importantes de la industria en cada uno de los cuatro años del periodo, ya que las ventas de estas tres compañías representaron al menos el 70% del gran total de ventas de la industria en cada uno de los años del periodo de 1993 a 1996. En conclusión, si bien es cierto que no se cuenta con una información exhaustiva, las cifras del nivel de empleo que se presentan en la sección sobre los niveles de empleo de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996 sí son representativas de la industria.

Una vez que se conoce la cantidad total de personas empleadas en las empresas de la industria, es importante estudiar la forma en que la cantidad total de personas empleadas en las empresas cambió de un año con respecto al anterior a partir de 1993 y hasta 1996. El cuadro 36, ubicado en la siguiente página, muestra esta información.

A través del cuadro 36 es posible saber, por ejemplo, que el nivel de empleo total de Trailers de Monterrey aumentó un 208.82% en 1994 con respecto a 1993 y que esa enorme variación del nivel de empleo total de Trailers de Monterrey se debió principalmente al incremento de 427.14% en la cantidad total de empleados obreros de la compañía en 1994 con respecto a 1993. La variación de las cifras del nivel de empleo total permite conocer algunos de los cambios en las operaciones de las empresas. Por ejemplo, en el caso de Trailers de Monterrey la variación de las cifras del nivel de empleo total de 1994 con respecto a 1993 podría indicar que la compañía tuvo una mayor cantidad de ventas en 1994, pero el gran total de ventas de la compañía indica que 1993 fue el último año en el que Trailers de Monterrey vendió productos bajo su propia marca. El hecho de que el número de empleados de Trailers de Monterrey haya aumentado tan significativamente en 1994 con respecto a 1993 seguramente se debió a que a partir de 1994 los vehículos de la marca Volvo se ensamblaron en la planta de Trailers de Monterrey.

Otras de las variaciones del nivel de empleo total que llaman la atención son las disminuciones en el nivel de empleo total que tuvieron las empresas de la industria en 1995 con respecto a 1994. Aunque en 1994 y 1996 el nivel de empleo total de la industria varió en forma positiva mientras que los niveles de empleo total de algunas empresas variaron en forma negativa, en 1995 no hubo diferencias entre las variaciones del nivel de empleo total de la industria y los niveles de empleo total de algunas empresas. En 1995, el nivel de empleo total de todas y cada una de las compañías de la industria disminuyó con respecto a 1994, lo que trajo como consecuencia que el nivel de empleo total de la industria también disminuyera. En otras palabras, en 1995, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, no hubo ninguna compañía que no redujera su nivel de empleo total.

Cuadro 36.
Variación del nivel de empleo total y por tipo de empleado en las empresas
fabricantes de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje de Variación (%)								
	1994			1995			1996		
	O	A	T	O	A	T	O	A	T
Dina	-16.50	-31.07	-22.06	-22.15	-46.33	-30.31	-2.40	28.21	5.56
Fanasa	0.00	6.90	0.78	-100.00	-100.00	-100.00	n.d.	n.d.	n.d.
KW	24.42	-33.44	-1.01	-56.61	-48.28	-54.15	60.00	394.29	171.43
MBM	-4.52	15.56	5.33	-67.96	-61.32	-64.38	70.04	-2.76	27.46
MASA	n.d.	n.d.	n.d.	-57.05	-49.33	-55.03	-11.53	-2.13	-8.76
Navistar	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	357.14	357.14
OI	n.d.	n.d.	n.d.	-50.50	-31.25	-42.44	0.00	-12.12	-6.06
Oshimex	n.d.	n.d.	n.d.	-100.00	-100.00	-100.00	n.d.	n.d.	n.d.
Scania	n.d.	n.d.	n.d.	-10.00	-7.69	-9.30	29.63	108.33	53.85
Tramosa	427.14	56.00	208.82	-29.81	-10.90	-24.19	32.05	-20.86	13.57
Vipsa	-75.00	-13.33	-48.57	-30.00	-11.54	-16.67	n.d.	n.d.	n.d.
Volvo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Total	35.78	9.37	24.88	-46.16	-49.48	-47.36	11.96	38.63	21.21

O = Empleados obreros A = Empleados administrativos T = Empleo Total
n.d. = dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

Si se considera a la variación del nivel de empleo total de 1995 con respecto a 1994 como un índice de los efectos negativos de la crisis financiera de diciembre de 1994 en el nivel de empleo total de las empresas fabricantes, las empresas cuyo nivel de empleo total disminuyó en mayor grado fueron Fábrica Nacional de Autobuses, Mercedes-Benz, Mexicana de Autobuses y Kenworth. Como se puede observar, no se consideró la disminución del 100% que se registró en el caso de Oshmex ya que no se cuenta con información del nivel de empleo total de esa compañía en 1995, aunque la compañía sí tuvo operaciones en 1995. Por el contrario, si se consideró la disminución del 100% que se registró en el caso de Fábrica Nacional de Autobuses ya que, aunque no se cuenta con información del nivel de empleo total de esta compañía en 1995, la compañía ya no reportó operaciones después de 1994. En consecuencia, en el caso de Oshmex se trata simplemente de una falta de información, mientras que en el caso de la Fábrica Nacional de Autobuses se trató de una disminución real en el nivel de empleo total. Para continuar con el análisis, si se considera a la variación del nivel de empleo total de 1996 con respecto a 1995 como un índice del mejoramiento del nivel de empleo total de las empresas fabricantes después de la crisis financiera de diciembre de 1994, las empresas cuyo nivel de empleo total aumentó en mayor grado fueron Navistar, Kenworth y Scania.

El cuadro 36 también permite analizar la variación del nivel de empleo por tipo de empleado en las empresas fabricantes. A este respecto, el cuadro 36 muestra que en 1994 y 1996 las variaciones del total de empleados obreros y del total de empleados administrativos en cada empresa no siempre siguieron la tendencia del total de empleados obreros y del total de empleados administrativos de la industria. Sin embargo, uno de los aspectos más sobresalientes del cuadro 36 es que muestra que en 1995, las variaciones del total de empleados obreros y del total de empleados administrativos en cada empresa fueron negativas, de la misma manera que lo fue la variación del total de empleados obreros y del total de empleados administrativos de la industria. Es decir, en 1995, después de la crisis financiera de diciembre de 1994, no hubo ninguna compañía que no redujera tanto su nivel de empleados obreros como su nivel de empleados administrativos.

Como última parte del análisis sobre las variaciones del nivel de empleo por tipo de empleado en las empresas fabricantes, el cuadro 36 muestra la variación que tuvieron tanto el total de empleados obreros como el total de empleados administrativos de cada empresa un año y dos años después de la crisis de diciembre de 1994. Para analizar lo sucedido un año después de la crisis de diciembre de 1994, el cuadro 36 muestra que en el caso de los empleados obreros, las empresas cuyo total de empleados obreros disminuyó en una mayor proporción en 1995 con respecto a 1994 fueron Mercedes-Benz, Mexicana de Autobuses y Kenworth. En el caso de los empleados administrativos, las empresas cuyo total de empleados administrativos disminuyó en una mayor proporción en 1995 con respecto a 1994 fueron también Mercedes-Benz, Mexicana de Autobuses y Kenworth. Para analizar lo sucedido dos años después de la crisis de diciembre de 1994, el cuadro 36 muestra que en el caso de los empleados obreros, las empresas cuyo total de empleados obreros aumentó en una mayor proporción en 1996 con respecto a 1995 fueron Mercedes-Benz, Kenworth y Trailers de Monterrey. En el caso de los empleados administrativos, las empresas cuyo total de empleados administrativos aumentó en una mayor proporción en 1996 con respecto a 1995 fueron Kenworth, Navistar y Scania.

Una forma adicional de analizar el comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en las empresas fabricantes es mediante la relación de la cantidad de personas empleadas por cada empresa (cuadro 35) con el nivel de empleo total y por tipo de empleado de la industria, con lo cual se obtiene el porcentaje de empleados de cada una de las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte respecto al nivel de empleo total de la industria. El cuadro 37, ubicado en la siguiente página, muestra esta información para el período de 1993 a 1996.

Cuadro 37.
Porcentaje de empleados de las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte respecto al nivel de empleo total y respecto al total por tipo de empleado de la industria entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)											
	1993			1994			1995			1996		
	O	A	T	O	A	T	O	A	T	O	A	T
Dina	56.70	49.82	53.86	34.87	31.40	33.62	50.42	33.36	44.50	43.95	30.85	38.75
Fanasa	6.25	1.14	4.14	4.61	1.12	3.34	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
KW	10.76	12.01	11.28	9.86	7.31	8.94	7.95	7.48	7.79	11.36	26.68	17.44
MBM	23.24	31.90	26.82	16.34	33.71	22.62	9.73	25.80	15.30	14.77	18.10	16.09
MASA	n.d.	n.d.	n.d.	21.40	13.36	18.49	17.07	13.40	15.80	13.49	9.46	11.89
Navistar	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.00	0.50	0.17	0.00	1.65	0.65
Oi	n.d.	n.d.	n.d.	4.08	5.19	4.48	3.75	7.06	4.89	3.35	4.47	3.79
Oshimex	n.d.	n.d.	n.d.	0.51	0.90	0.65	n.d.	n.d.	n.d.	0.34	0.87	0.55
Scania	n.d.	n.d.	n.d.	0.61	0.47	0.56	1.02	0.86	0.96	1.18	1.29	1.22
Tramosa	1.94	3.94	2.76	7.52	5.62	6.83	9.80	9.91	9.84	11.56	5.66	9.22
Vipsa	1.11	1.18	1.14	0.20	0.94	0.47	0.26	1.64	0.74	n.d.	n.d.	n.d.
Volvo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.00	0.98	0.39
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

O = Empleados obreros
n.d. = dato no disponible

A = Empleados administrativos

T = Empleo Total

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

El cuadro 37 permite saber, por ejemplo, que en 1996 Mercedes-Benz dio empleo al 16.09% del total de personas empleadas en la industria fabricante de vehículos de autotransporte, y que, de acuerdo al tipo de empleado, dio empleo al 14.77% del total de empleados obreros, y al 18.10% del total de empleados administrativos de la industria. La importancia del cuadro 37 es que permite saber cuáles son las empresas que más empleo dieron respecto al nivel de empleo total y respecto al total por tipo de empleado de la industria entre 1993 y 1996.

A través del cuadro 37 es posible saber que en 1993 las empresas que mayor cantidad de empleados tuvieron respecto al nivel de empleo total fueron Dina, Mercedes-Benz y Kenworth, mientras que en 1994 fueron Dina, Mercedes-Benz y Mexicana de Autobuses. Para 1995, Dina siguió en el primer lugar respecto al nivel de empleo total, mientras que Mexicana de Autobuses ocupó el segundo lugar y Mercedes-Benz ocupó por primera vez el tercer lugar. En 1996, Dina fue la empresa que mayor cantidad de empleados tuvo respecto al nivel de empleo total y fue seguida por Kenworth y Mercedes-Benz. De todo esto destaca que Dina fue la compañía que más empleos tuvo entre 1993 y 1996 respecto al nivel de empleo total. Como se recordará, Dina, Mercedes-Benz y Kenworth son tres de las compañías que más ventas tuvieron con respecto al gran total de ventas entre 1993 y 1996, y aunque no son exactamente las tres compañías que más empleos tuvieron respecto al nivel de empleo total en cada uno de los años del periodo de 1993 a 1996, Dina, Mercedes-Benz y Kenworth sí se encuentran entre las compañías que tuvieron una mayor cantidad de empleados en ese mismo periodo. En este mismo contexto, Mexicana de Autobuses es el único caso entre las tres compañías que más empleados tuvieron respecto al nivel de empleo total que no tuvieron una participación de mercado elevada respecto al gran total de ventas, pero que sí tuvieron un porcentaje elevado de empleados respecto al nivel de empleo total. Mas adelante se establecerá una relación entre el gran total de ventas de cada empresa y su nivel de empleo total.

Otro de los aspectos que muestra el cuadro 37 es que las compañías que tuvieron una mayor cantidad de empleados respecto al nivel de empleo total tampoco son exactamente las mismas compañías que tuvieron más empleados obreros o administrativos. Por ejemplo, anteriormente se había visto que en 1996, Dina, Kenworth y Mercedes-Benz fueron, en orden de importancia, las empresas que tuvieron una mayor cantidad de empleados respecto al nivel de empleo total. Sin embargo, respecto al total de empleados obreros de 1996, las empresas que tuvieron una mayor cantidad de empleados obreros fueron, en orden de importancia, Dina, Mercedes-Benz y Mexicana de Autobuses. Las diferencias entre las compañías que tuvieron una mayor cantidad de empleados respecto al nivel de empleo total y las compañías que tuvieron una mayor cantidad de empleados obreros o administrativos respecto al total de empleados por tipo de empleado, dejan ver que no todas las compañías tuvieron la misma proporción de empleados obreros que de empleados administrativos. El cuadro 38, ubicado en la siguiente página, muestra el porcentaje de los tipos de empleado con respecto al nivel de empleo total en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996.

Cuadro 38.

Porcentaje de los tipos de empleado con respecto al nivel de empleo total en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)											
	1993			1994			1995			1996		
	O	A	T	O	A	T	O	A	T	O	A	T
Dina	61.83	38.17	100.00	66.24	33.76	100.00	74.00	26.00	100.00	68.42	31.58	100.00
Fanasa	88.63	11.37	100.00	87.94	12.06	100.00	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
KW	56.05	43.95	100.00	70.45	29.55	100.00	66.67	33.33	100.00	39.30	60.70	100.00
MBM	50.91	49.09	100.00	46.14	53.86	100.00	41.52	58.48	100.00	55.39	44.61	100.00
MASA	n.d.	n.d.	n.d.	73.89	26.11	100.00	70.58	29.42	100.00	68.44	31.56	100.00
Navistar	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.00	100.00	100.00	0.00	100.00	100.00
OI	n.d.	n.d.	n.d.	58.14	41.86	100.00	50.00	50.00	100.00	53.23	46.77	100.00
Oshmex	n.d.	n.d.	n.d.	50.00	50.00	100.00	n.d.	n.d.	n.d.	37.04	62.96	100.00
Scania	n.d.	n.d.	n.d.	69.77	30.23	100.00	69.23	30.77	100.00	58.33	41.67	100.00
Tramosa	41.18	58.82	100.00	70.29	29.71	100.00	65.08	34.92	100.00	75.66	24.34	100.00
Vipsa	57.14	42.86	100.00	27.78	72.22	100.00	23.33	76.67	100.00	n.d.	n.d.	n.d.
Volvo	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	0.00	100.00	100.00
Total	58.74	41.26	100.00	63.86	36.14	100.00	65.32	34.68	100.00	60.33	39.67	100.00

O = Empleados obreros

A = Empleados administrativos

T = Empleo Total

n.d. = dato no disponible

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI.

El cuadro 38 permite saber, por ejemplo, que en 1995 los empleados obreros de Kenworth representaron el 66.67% del total de empleados de la compañía, mientras que los empleados administrativos representaron el 33.33% restante.

En la sección sobre el comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en la industria, se mencionó que en una industria manufacturera en donde los niveles de automatización y/o eficiencia tienden a aumentar, el porcentaje de empleados obreros debe tender a ser igual o menor que el porcentaje de empleados administrativos. Al analizar la evolución del porcentaje de los tipos de empleado con respecto al nivel de empleo total en las principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte, el cuadro 38 muestra que la evolución del porcentaje de empleados obreros de algunas empresas sí tiende a ser igual e incluso menor que el porcentaje de empleados administrativos.

Por ejemplo, el cuadro 38 muestra que la evolución del porcentaje de empleados obreros de Mercedes-Benz tuvo una tendencia a disminuir entre 1993 y 1995, aunque en 1996 esta tendencia se revirtió fuertemente ya que en este año el porcentaje de empleados obreros de Mercedes-Benz alcanzó el nivel más alto del periodo de 1993 a 1996. No obstante lo anterior, es notorio el hecho de que el porcentaje de obreros de Mercedes-Benz en 1994 y 1995 no sólo disminuyó con relación al año anterior respectivo, sino que incluso fue menor que el porcentaje de empleados administrativos. En otro caso, la evolución del porcentaje de empleados obreros de Kenworth muestra que este porcentaje tuvo una tendencia a disminuir entre 1994 y 1996 al pasar de 70.45% de empleados obreros en 1994, a 66.67% en 1995 y a 39.30% en 1996. Como se puede observar, el porcentaje de empleados obreros de Kenworth disminuyó de una manera real entre 1994 y 1996, aunque sólo en 1996 llegó a ser menor que el porcentaje de empleados administrativos.

A pesar de que en los dos casos anteriores el porcentaje de empleados obreros tiende a ser menor o igual que el porcentaje de empleados administrativos, la evolución del porcentaje de empleados obreros de Dina, que fue la compañía que más empleos tuvo entre 1993 y 1996, muestra que el porcentaje de empleados obreros de esta compañía no

tuvo una disminución real en el período de 1993 a 1996. En efecto, la evolución del porcentaje de empleados obreros de Dina muestra que este porcentaje observó una tendencia a aumentar entre 1993 y 1995, y aunque en 1996 esta tendencia se revirtió ligeramente, esta pequeña disminución del porcentaje de empleados obreros en 1996 con respecto a 1995 no permite afirmar que el porcentaje de empleados obreros haya tenido una disminución real en el período de 1993 a 1996, ya que el porcentaje de empleados obreros de 1996 es incluso superior al porcentaje de 1993, que fue el más bajo del período comprendido entre 1993 y 1996. Como se puede observar, el comportamiento del porcentaje de empleados obreros de Dina respecto al nivel de empleo total de la compañía es muy similar al comportamiento del porcentaje del total de empleados obreros respecto al nivel de empleo total de la industria.

En conclusión, si el porcentaje de empleados obreros debe tender a ser igual o menor que el porcentaje de empleados administrativos para que sea posible afirmar que los niveles de automatización y/o eficiencia de una industria manufacturera tienden a aumentar, entonces la evolución de los porcentajes de empleados obreros y empleados administrativos en algunas de las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte más importantes de la industria, permite establecer que la automatización y/o la eficiencia de Kenworth tendió a aumentar entre 1994 y 1996, mientras que la automatización y/o la eficiencia de Mercedes-Benz tendió a aumentar entre 1993 y 1995.

Sin embargo, debido a que el análisis de la evolución de los porcentajes de empleados obreros y empleados administrativos de la industria no permitió establecer que la automatización y/o la eficiencia general de la industria hayan tendido a aumentar entre 1993 y 1996, las conclusiones sobre el aumento de la automatización y/o la eficiencia de Kenworth y Mercedes-Benz deben ser comparadas con otros criterios de eficiencia como, por ejemplo, la relación entre el gran total de ventas y el nivel de empleo total en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte. El cuadro 39 permite conocer esta relación en el período de 1993 a 1996.

Cuadro 39.

Relación entre el gran total de ventas (GTV) y el nivel de empleo total en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996

Empresa	GTV * / Empleo				Variación (%)			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Dina	3.98	4.20	1.48	1.76		5.47	-64.62	18.31
Fanasa	0.06	0.02	n.d.	n.d.		-60.31	n.d.	n.d.
KW	3.86	5.12	1.83	3.02		32.59	-64.30	65.21
MBM	6.42	6.12	3.00	3.51		-4.63	-51.01	16.94
MASA	n.d.	0.53	0.19	0.44		n.d.	-64.55	134.61
Navistar	n.d.	n.d.	0.00	0.00		n.d.	n.d.	n.d.
OI	n.d.	0.59	0.24	0.36		n.d.	-58.72	48.59
Oshmex	n.d.	6.52	n.d.	1.15		n.d.	n.d.	n.d.
Scania	n.d.	0.00	2.44	1.62		n.d.	n.d.	-33.63
Tramosa	0.02	0.00	0.00	0.00		-100.00	n.d.	n.d.
Vipsa	2.57	0.00	0.00	n.d.		-100.00	n.d.	n.d.
Volvo	n.d.	n.d.	n.d.	5.21		n.d.	n.d.	n.d.
Total	4.57	3.44	1.37	1.88		-24.79	-60.12	37.37

* El gran total de ventas no incluye las ventas de Chrysler, Ford y General Motors

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y de la SECOFI

A través del cuadro 39 es posible saber, por ejemplo, que en el caso de Dina, la relación entre el gran total de ventas y el nivel de empleo total de la compañía da como resultado que en 1993, por cada empleado de Dina se vendieron aproximadamente 3.98 vehículos de autotransporte.

Como se explicó en la sección del comportamiento del nivel de empleo total y por tipo de empleado en la industria, la evolución de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado en las empresas fabricantes es un parámetro de eficiencia según el cual,

mientras más vehículos se vendan por cada empleado de las empresas, mejor será la eficiencia. Bajo este criterio, el cuadro 39 muestra que las empresas que tuvieron una mayor eficiencia en 1993 fueron, en orden de importancia, Mercedes-Benz, Dina y Kenworth, mientras que en 1994 fueron Oshmex, Mercedes-Benz y Kenworth. En 1995, Mercedes-Benz ocupó nuevamente la primera posición, seguida de Scania y Kenworth. Para 1996, las empresas que tuvieron una mayor cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado fueron Volvo, Mercedes-Benz y Kenworth. De todo esto, destaca la presencia constante entre los tres primeros lugares de Mercedes-Benz y de Kenworth. Por otra parte, también resalta que empresas como Oshmex, Scania y Volvo, que tuvieron una participación menor al 2% respecto al gran total de ventas de la industria entre 1993 y 1996, tengan una elevada cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado en comparación con el resto de las empresas en 1994, 1995 y 1996 respectivamente. Este hecho muestra claramente que la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado es un parámetro de eficiencia que se puede aplicar equitativamente tanto a las empresas grandes como a las empresas que tanto por su volumen de ventas con respecto al gran total de ventas como por la cantidad de empleados que tienen, no son tan grandes.

Finalmente, sólo resta hacer referencia a las variaciones de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte. En este sentido, destaca el hecho de que la reducción más importante de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado en cada una de las empresas fabricantes fue la de 1995 con respecto a 1994, la cual se debió a la crisis financiera de diciembre de 1994. Por ejemplo, en el caso de Mercedes-Benz, la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado en 1994 descendió 4.63% con respecto a 1993. Para 1995, después de la crisis, la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado descendió 51.01% con respecto a 1994. Es importante señalar que el descenso de 51.01% de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de Mercedes-Benz de 1995 con respecto a 1994 representó la variación más pequeña entre las empresas de la industria. En 1996, la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de Mercedes-Benz aumentó 16.94% con respecto a 1995.

Como se puede observar, las variaciones de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de Mercedes-Benz tuvieron un comportamiento idéntico al de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de la industria, es decir, disminuyó en 1994 y 1995 con respecto a los respectivos años anteriores y aumentó en 1996 con respecto a 1995. Sin embargo, la variación de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado no tuvo en todas las empresas un comportamiento igual al de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado en el conjunto de la industria. En efecto, en el caso de Dina y de Kenworth, la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado aumentó en 1994, disminuyó en 1995 y volvió a aumentar en 1996. Así como la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de Mercedes-Benz de 1995 con respecto 1994 representó la variación más pequeña entre las empresas de la industria, el descenso de 64.62% de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de Dina de 1995 con respecto 1994 representó la variación más grande entre las empresas de la industria. Si se considera a la variación de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de 1995 con respecto a 1994 como un índice de los efectos negativos de la crisis financiera de diciembre de 1994 en la eficiencia de las empresas fabricantes, las empresas cuya eficiencia disminuyó en mayor grado fueron Dina, Mexicana de Autobuses y Kenworth. De manera análoga, si se considera a la variación de la cantidad anual de vehículos vendidos por cada empleado de 1996 con respecto a 1995 como un índice del mejoramiento de la eficiencia de las empresas fabricantes después de la crisis financiera de diciembre de 1994, las empresas cuya eficiencia aumentó en mayor grado fueron Mexicana de Autobuses, Kenworth y Omnibuses Integrales.

3.4. Perspectivas a futuro de la industria fabricante de vehículos de autotransporte

Como última parte de este capítulo, el análisis del desempeño reciente de la industria fabricante de vehículos de autotransporte se complementa con un breve análisis de las perspectivas del sector para el periodo de 1997 al año 2001. Para ello, en esta sección se realiza un pronóstico de las ventas de la industria basado en las perspectivas económicas de México para el periodo de 1997 al año 2001. Posteriormente, se presentan algunas de las implicaciones que tendrá el comportamiento de la economía mexicana entre 1997 y 2001 en el ambiente de negocios en México durante los próximos años, y que afectarán a la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Finalmente, se resumen algunos de los antecedentes y propósitos de los principales programas de renovación de la flota vehicular de vehículos de autotransporte tanto a nivel del Distrito Federal, como a nivel nacional.

La información económica sobre las perspectivas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México se basa principalmente en la información del Reporte Principal del Pronóstico por País correspondiente al primer trimestre de 1997, elaborado por la firma The Economist Intelligence Unit de Londres, Inglaterra. The Economist Intelligence Unit es una casa editorial especializada en publicaciones de economía destinadas principalmente a las compañías con operaciones a nivel multinacional. Durante más de 40 años, The Economist Intelligence Unit ha sido una valiosa fuente de información sobre el desarrollo de los negocios, las tendencias políticas y económicas, las regulaciones gubernamentales y las prácticas corporativas alrededor del mundo. Dado el alto grado de confiabilidad y precisión de la información publicada por la editorial antes mencionada y puesto que el objetivo de esta parte de la investigación es sólo informativo y no de pronóstico económico, se ha optado por utilizar la información de The Economist Intelligence Unit para elaborar el pronóstico de ventas de la industria y para determinar algunas de las tendencias que habrá en el clima de negocios en México durante los próximos años.

3.4.1. Pronóstico de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte para el período de 1997 a 2001

El pronóstico de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México para el período de 1997 a 2001, se basa en dos factores. Por una parte, se consideran las cifras del pronóstico de The Economist Intelligence Unit (EIU) respecto al comportamiento general de la economía mexicana en los próximos años; y por otra parte, también se toman en cuenta las tendencias que tuvieron las ventas de la industria entre 1993 y 1996.

Según el pronóstico de EIU realizado en el primer trimestre de 1997 para el desarrollo de la economía mexicana en el período de 1997 a 2001, el comportamiento general de las principales variables de la economía mexicana será el siguiente:¹¹

- el PIB de México crecerá, en promedio, a un ritmo de 3.7% anual;
- la inflación disminuirá gradualmente hasta llegar a cifras de un sólo dígito al final de 1999;
- el tipo de cambio del peso con respecto al dólar estadounidense pasará gradualmente de un promedio anual de \$8.46 al final de 1997 a un promedio anual de \$10.73 en 2001;
- la tasa de interés que pagarán los Certificados de la Tesorería (Cetes) bajará de 18% al final de 1997 a 8% en 2001; y,
- las exportaciones crecerán, en promedio, a un ritmo de 8.7% anual, mientras que las importaciones crecerán, en promedio, a un ritmo de 10.5%

El cuadro 40 presenta el pronóstico de EIU respecto al comportamiento anual de cada una de las variables de la economía antes mencionadas y profundiza en algunos aspectos de cada una de ellas.

¹¹ THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT. Mexico: Country Forecast, Main Report. London, U.K., The Economist Intelligence Unit, 1st quarter 1997, 29 p.

Cuadro 40.
Pronóstico de las principales variables de la economía mexicana de 1997 a 2001

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
PIB									
Variación anual (%)	0.7	3.5	-6.9	5.0	4.0	3.2	3.3	4.1	3.7
PIB (mdd US)	367.6	377.1	249.9	299.7	338.1	359.3	382.4	410.4	439.2
Población (millones)	90.0	91.8	93.7	95.4	97.1	98.9	100.7	102.6	104.4
PIB per capita (dólares US)	4,085	4,106	2,668	3,142	3,481	3,633	3,797	4,002	4,206
Inflación (%)									
Precios al consumidor									
Promedio anual	9.7	6.9	35.0	35.2	20.9	14.2	10.0	7.3	6.2
Final de año	8.0	7.1	52.0	27.7	17.0	12.0	8.7	6.2	6.2
Indicadores Financieros									
Tipo de cambio Peso-Dólar US									
Promedio Anual	3.12	3.38	6.42	7.60	8.46	9.38	10.01	10.42	10.73
Final de año	3.11	5.33	7.64	7.86	8.95	9.73	10.26	10.56	10.87
Cetes 28 días (1%)	14	16	45	35	18	15	12	10	8
Comercio Exterior (mdd US)									
Exportación de mercancías	51.9	60.9	79.5	95.9	103.2	113.0	123.3	133.2	145.5
Variación (%)	12.34	17.34	30.54	20.63	7.61	9.50	9.12	8.03	9.23
Importación de mercancías	65.4	79.3	72.5	89.6	99.8	113.7	125.3	137.3	147.4
Variación (%)	5.31	21.25	-8.58	23.59	11.38	13.93	10.20	9.58	7.36
Balanza Comercial	-13.5	-18.5	7.1	6.3	3.4	-0.7	-0.2	-4.1	-1.9

Fuente: The Economist Intelligence Unit.

Cuadro 41.
Pronóstico de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte de 1997 a 2001

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Gran total de ventas (GTV)	33,635	34,021	7,208	11,589	15,915	20,032	23,832	30,284	34,866
<i>Variación (%)</i>		1.15	-78.81	60.78	37.33	25.87	18.97	27.07	15.13
Mercado de exportación	1,040	748	1,771	2,779	3,140	3,297	2,077	1,350	1,013
<i>Variación (%)</i>		-28.08	136.76	56.92	13.00	5.00	-37.00	-35.00	-25.00
<i>% del GTV</i>	3.09	2.20	24.57	23.98	19.73	16.46	8.72	4.46	2.90
Mercado Nacional (MN)	32,595	33,273	5,437	8,810	12,775	16,735	21,755	28,934	33,853
<i>Variación (%)</i>		2.08	-83.66	62.04	45.00	31.00	30.00	33.00	17.00
<i>% del GTV</i>	96.91	97.80	75.43	76.02	80.27	83.54	91.28	95.54	97.01
Producción Nacional	30,967	29,202	5,201	8,688	12,506	16,115	20,820	27,574	32,093
<i>Variación (%)</i>		-5.70	-82.19	67.04	43.95	28.86	29.19	32.44	16.39
<i>% del MN</i>	95.01	87.76	95.66	98.62	97.90	96.30	95.70	95.30	94.80
Importación	1,628	4,071	236	122	268	619	935	1,360	1,760
<i>Variación (%)</i>		150.06	-94.20	-48.31	119.89	130.81	51.08	45.37	29.45
<i>% del MN</i>	4.99	12.24	4.34	1.38	2.10	3.70	4.30	4.70	5.20
Balanza Comercial	-588	-3,323	1,535	2,657	2,872	2,678	1,142	-10	-748
<i>Variación (%)</i>		465.14	-146.19	73.09	8.09	-6.75	-57.36	-100.88	7380.00

Como se mencionó inicialmente, además de considerar el comportamiento de las principales variables de economía pronosticadas por EIU, el pronóstico de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte para el periodo de 1997 a 2001 también toma en cuenta las principales tendencias que tuvieron las ventas de la industria entre 1993 y 1996. Estas tendencias son las siguientes:

- Las ventas en el mercado de exportación tienden a disminuir conforme aumentan las ventas en el mercado nacional
- Las ventas de importación tienden a crecer conforme aumentan las ventas en el mercado nacional
- El saldo de la balanza comercial tiende a ser negativo cuando las ventas en el mercado nacional aumentan, ya que también aumentan las ventas de importación

Al considerar tanto las cifras del pronóstico de EIU respecto al comportamiento general de la economía mexicana en los próximos años, como las tendencias que tuvieron las ventas de la industria entre 1993 y 1996, se ha obtenido el pronóstico de ventas que se muestra en el cuadro 41, el cual se ubica en página anterior. El cuadro 41 muestra la cantidad de unidades que posiblemente venda la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1997 y 2001 respecto a cada nivel de su estructura de ventas, es decir, respecto al gran total de ventas de la industria, que se integra tanto de las ventas del mercado de exportación como de las ventas del mercado nacional, que se divide a su vez en ventas de producción nacional y ventas de importación. Para una explicación más amplia acerca de la estructura de ventas de la industria, se recomienda ver el cuadro 2 en la sección sobre las ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte (sección 3.3.3.).

Es importante señalar que independientemente de la exactitud de los pronósticos que se presentan en los cuadros 40 y 41, la importancia de ambos pronósticos radica en que muestra claramente que, aun cuando las condiciones económicas y políticas de México favorecieran un crecimiento promedio anual del 24.87% en las ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1997 y 2001, no sería sino hasta después del año 2000 cuando la industria volvería a

alcanzar un gran total de ventas igual o superior al de 1994. Evidentemente, cualquier fenómeno político o económico que sucediera en México y que trajera como consecuencia una disminución en el crecimiento promedio anual antes mencionado, también alargaría el período después del cual la industria volvería a alcanzar un gran total de ventas igual o superior al de 1994.

Finalmente, sólo queda mencionar que el comportamiento de la economía mexicana entre 1997 y 2001 tendrá diferentes implicaciones en el ambiente de negocios en México durante los próximos años. La siguiente sección permite conocer el pronóstico de las principales características del ambiente de negocios en México entre 1997 y 2001.

3.4.2. Características del ambiente de negocios en México entre 1997 y 2001

Según el planteamiento de The Economist Intelligence Unit (EIU), el ambiente de negocios es el conjunto de implicaciones del pronóstico del comportamiento de la economía de un país en aquellos aspectos que determinan las oportunidades o amenazas para las inversiones actuales o futuras en ese país. Dichos aspectos son los siguientes: política de inversión extranjera; comercio exterior y control de cambios; política industrial; impuestos; infraestructura; y, medio ambiente. Según EIU, el ambiente de negocios en México para el período de 1997 a 2001 tendrá las siguientes características generales:

- **Política de inversión extranjera**

Se introducirán nuevas reglas para facilitar aún más la inversión extranjera en el país. Se espera que la banca extranjera tome el control de más bancos mexicanos. La inversión extranjera se concentrará en los sectores de telecomunicaciones, ferrocarriles y servicios de transporte, aeropuertos, petroquímica, generación de electricidad y distribución de gas natural.

- **Comercio exterior y control de cambios**

Entrarán en operación Acuerdos de Libre Comercio tanto con Centro América como con la Unión Europea. Una vez que se acumulen suficientes reservas, comenzarán los planes para introducir una tasa fija de deslizamiento cambiario, aunque no habrá ninguna política de control de cambios antes del año 2002.

- **Política industrial**

La política industrial de México continuará reducida al establecimiento de estrategias generales que permitan crear un marco macroeconómico positivo para la inversión industrial. Se harán mayores esfuerzos para promover que el abastecimiento de las empresas maquiladoras se realice a través de proveedores mexicanos; a este respecto, el papel del gobierno será el proporcionar información que facilite nuevas colaboraciones. Las reglas de transferencia de precios introducidas en 1995 promoverán el cambio de los centros de costo a México.

- **Impuestos**

Continuarán los esfuerzos del gobierno por impedir la evasión fiscal. La reforma fiscal avanzará más rápidamente en la última parte del periodo 1997-2001 si la oposición política logra formar una mayoría estable en el Congreso. El consumo de artículos de lujo se gravará aún más, y se harán esfuerzos para mejorar el esquema de distribución del ingreso haciendo que el sistema fiscal sea menos regresivo.

- **Infraestructura**

Se harán grandes inversiones en extracción de gas, petróleo y generación de electricidad. Se harán ajustes a las tarifas de consumo de electricidad. La mejora de la rapidez y confiabilidad de los servicios de ferrocarril ya privatizados hará que este medio de transporte compita con la red de caminos y autopistas en el mercado del transporte de mercancías entre México y Estados Unidos.

- **Medio ambiente**

Conforme la economía mexicana se recupere, aumentará la preocupación del gobierno por el cumplimiento de las regulaciones ambientales vigentes. En consecuencia, aumentará la demanda de tecnología para la protección del ambiente. Por otra parte, se restringirán aún más los estándares de emisiones contaminantes en el Distrito Federal. Además, se podrían dar incentivos fiscales a los dueños de flotas de autobuses y camiones para que conviertan la combustión de sus vehículos de gasolina y diesel a gas natural. Se espera que la inversión privada participe en el saneamiento de las vías fluviales.

Al relacionar las previsiones de EIU tanto con algunas de las estrategias de la empresas de la industria, como con el surgimiento de diversos programas de renovación de la flota vehicular que estimulan la demanda en el mercado nacional de vehículos de autotransporte, es evidente que, de entre todas las características generales del ambiente de negocios en México para el período de 1997 a 2001, hay dos características cuya pronosticada importancia en los próximos años comenzó a manifestarse incluso desde 1996 dentro de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Estos dos aspectos son, por una parte, la competencia entre los vehículos de autotransporte y el ferrocarril por el transporte de carga en México; y por otra parte, la creciente preocupación por los estándares de emisiones contaminantes en el Distrito Federal.

Con respecto a la competencia entre los vehículos de autotransporte y el ferrocarril por el transporte de carga en México, algunas empresas de la industria -como Mercedes-Benz y Kenworth- se han anticipado a esta competencia y han iniciado diversas estrategias cuyo fin es el de facilitar la logística de las unidades y flotillas de los transportistas en cada uno de los países miembros del TLCAN, lo cual traerá, entre otras consecuencias, una mayor flexibilidad de los vehículos de autotransporte con relación al ferrocarril. Respecto a la creciente preocupación por los estándares de emisiones contaminantes en el Distrito Federal, cabe mencionar que este aspecto junto con la necesidad de contar con servicios de transporte de carga y de

pasajeros que permitan cumplir con las disposiciones internacionales referentes a seguridad y a pesos y dimensiones de los vehículos, se ha reflejado en el surgimiento de diversos programas de renovación de la flota vehicular de vehículos de autotransporte tanto a nivel del Distrito Federal, como a nivel nacional.

A fin de conocer los principales programas de renovación de la flota vehicular de vehículos de autotransporte tanto a nivel del Distrito Federal, como a nivel nacional, la siguiente sección presenta algunos de sus antecedentes y propósitos.

3.4.3. Programas de renovación de la flota vehicular

La ANPACT señaló en su boletín estadístico mensual de diciembre de 1996 que la parte más importante de la demanda de vehículos pesados para 1997 tendría como principal pivote la concreción tres programas de renovación de flota que son:

- Programa de modernización del transporte urbano de la Zona Metropolitana
- Programa de sustitución de unidades obsoletas en el servicio de pasaje y turismo
- Programa de renovación de la flota de Servicio Público Federal de Carga

Las siguientes tres secciones del trabajo tienen por objeto conocer los principales antecedentes y propósitos de cada uno de los programas antes mencionados, aunque cabe señalar que según informes proporcionados por la Dirección General del Autotransporte Federal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), los dos últimos Programas no existen oficialmente, sino que sólo hacen referencia a dos aspectos en los que se requiere una renovación de la flota.

3.4.3.1. Programa de modernización del transporte urbano de la Zona Metropolitana

El 25 de enero de 1996, el Departamento del Distrito Federal (DDF) puso en marcha el programa de renovación del parque vehicular de la Ciudad de México. Dicho programa contempla la entrada en servicio de un autobús por cada dos microbuses, con lo que se espera que en los próximos años circulen en la Ciudad de México 12 mil autobuses, aunque para ello se requiere de una inversión de 1.2 mil millones de dólares.⁵²

El DDF otorgará un número limitado de concesiones para el servicio de transporte en la Ciudad de México y cada una deberá poner en circulación 500 autobuses. Hasta septiembre de 1996 se habían dado tres concesiones: los dos primeras para el "Sindicato Único de Trabajadores de la Auténtica Ruta-100", y una más a "Transportes y Servicios Terrestres G", donde el Grupo Dina, es accionista.

A través de estas tres primeras concesiones entraron en operación mil 500 autobuses entre abril y diciembre de 1996. Para 1997, el DDF pretende que entren en circulación otros 3 mil autobuses; para el año 2000 otros 3 mil 500, y para el 2005 otros 4 mil, con lo que sumarán 12 mil y se retirarán de la circulación 24 mil microbuses. La idea es que para el 2005 sólo circulen en la ciudad 6 mil 500 microbuses y combis y se tengan 12 mil camiones urbanos para proporcionar el servicio de transporte. Sin embargo, no se descarta la posibilidad de eliminar completamente los microbuses, con lo que habría poco más de 15,000 autobuses al final del proceso.

⁵² La información aquí proporcionada proviene de las siguientes fuentes

- DURÁN, José Antonio. "Reafirma Mercedes-Benz su presencia en México con la compra de acciones a Carlos Hank Rhon. Oscar Espinosa reúne a fabricantes y líderes transportistas". El Financiero, lunes 29 de enero de 1996, Autotips, p. 21A.
- DURÁN, José Antonio. "Se requieren 1.5 mil mdd para comprar 15,000 autobuses en la Ciudad de México". El Financiero, lunes 30 de septiembre de 1996, Autotips, p. 28A.
- BALLINAS, Víctor. "Rentaría Dina autobuses a transportistas del DF". La Jornada, 19 de febrero de 1996.

Para financiar los primeros 1,500 autobuses que han entrado en operación, Banobras comenzó a otorgar créditos por 75 millones de dólares con fondos del Banco Mundial a partir de 1996. En caso de que los concesionarios no cumplan con el pago del crédito para la compra de unidades, las instituciones financieras se encargarán de subastar las unidades con sus respectivas placas.

El objetivo del programa de renovación del parque vehicular de la Ciudad de México es que las sociedades mercantiles que obtengan las concesiones cubran las rutas que tenía Ruta-100, con garantía de servicio y vehículos adecuados.

Los nuevos autobuses deberán cumplir con las especificaciones de emisiones contaminantes correspondientes a la norma EPA 94 debido a que, aunque ya existe una norma más avanzada conocida como EPA 98, la incorporación de autobuses con motores que cumplieran con esta última norma tiene tres limitantes. Por una parte, el uso de motores que cumplieran con la norma EPA 98 requeriría cambiar algunas especificaciones del combustible diesel que se ha consumido hasta 1996, lo que se reflejaría en el costo del pasaje. Adicionalmente, al incorporar estos motores, el precio del vehículo se incrementaría en más de 50 mil pesos, lo que dificulta la adquisición de los vehículos. Y finalmente, hay pocas compañías que pueden ofrecer autobuses con ese motor (hasta septiembre de 1996, sólo Mercedes-Benz).

Otra de las variables que influirán en el precio de los autobuses será la duración de las carrocerías, ya que si se quiere que las unidades tengan un valor aproximado de 460 mil pesos más IVA, dichas unidades contarían con carrocerías que durarían alrededor de cinco años. Sin embargo, el costo de los autobuses podría reducirse hasta un 15% con carrocerías garantizadas únicamente por tres años.

3.4.3.2. Programa de sustitución de unidades obsoletas en el servicio de pasaje y turismo

De manera general, el fundamento legal de la sustitución de unidades obsoletas en el servicio de pasaje y turismo se encuentra en el artículo 39 de la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 22 de diciembre de 1993. De manera más específica, el Reglamento de Autotransporte Federal y Servicios Auxiliares publicado en el DOF el 22 de noviembre de 1996, señala en sus artículos 19, 20, 21 y 22, el modelo de fabricación requerido para ingresar al servicio y los límites máximos de tiempo en operación para las unidades destinadas al autotransporte federal de pasajeros en sus servicios de lujo, ejecutivo, de primera, económico y mixto respectivamente. El artículo 28 establece los requisitos anteriormente señalados para el servicio de transportación terrestre de pasajeros de y hacia los puertos marítimos y aeropuertos.

En cuanto al autotransporte federal de turismo nacional, el Reglamento establece en sus artículos 32, 33, 34 y 35 el modelo de fabricación requerido para ingresar al servicio y los límites máximos de tiempo en operación para las unidades destinadas al autotransporte federal de pasajeros en sus servicios turístico de lujo, turístico, de excursión, y chofer-guía respectivamente.

Adicionalmente a las disposiciones del Reglamento anteriormente mencionadas, la SCT publicó el 29 de abril de 1996 en el DOF el "Acuerdo por el que se establecen modalidades en la prestación del servicio de autotransporte federal de pasajeros y turismo para los efectos de ingreso de unidades vehiculares a dicho servicio". Dicho Acuerdo otorga una cierta flexibilidad sobre todo en lo referente al requisito de año/modelo de fabricación de las unidades que pueden ingresar tanto al servicio de autotransporte de pasajeros, como al de autotransporte de turismo. Básicamente, se autoriza que ingresen al servicio unidades un poco más antiguas de lo que el Reglamento preveía originalmente, aunque por otra parte también se establecen muy específicamente las fechas límites de operación para estas unidades.

3.4.3.3. Programa de renovación de la flota de Servicio Público Federal de Carga

La importancia del gremio autotransportista radica en que éste atiende a 71 ramas de la economía, con más de 200 mil vehículos y más de 95 mil unidades de arrastre. Adicionalmente, este sector involucra a más de 1.2 millones de empleos indirectos. Hasta 1996, la flota nacional de tractocamiones de tres ejes ascendía a 90 mil 701 unidades, de las cuales el 24% tiene una edad promedio de cinco años y el restante 76% es superior a seis años de antigüedad, mientras que la flota de Estados Unidos y Canadá no rebasa los cinco años.⁵³

Por ello, la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (Canacar) y los fabricantes de vehículos pesados, como Dina, Mercedes-Benz y Kenworth, han hecho estimaciones para la renovación de los tractocamiones y han calculado que el precio base para la renovación de este tipo de vehículos es de 77 mil dólares por unidad.

De acuerdo con las necesidades de renovación del parque vehicular y en función de la antigüedad de los mismos, se estima sustituir cuatro mil unidades anuales del tipo tractocamión de tres ejes, en un período de cinco años, por lo que la derrama de recursos para la modernización del sector asciende a dos mil 500 millones de pesos anuales.

El esquema de financiamiento que se ha propuesto tiene como objetivo ofrecer a los transportistas un programa con el menor precio posible por vehículo y un costo financiero acorde con las necesidades para el sector. Para ello participarán la industria terminal, el gobierno federal -a través de la banca de desarrollo (Nafinsa y Bancomext)- e intermediarios financieros, como la Unión de Crédito para el Autotransporte (UCA), y la misma SCT.

⁵³ DURÁN, José Antonio. "Requieren transportistas 2500 mdp anuales para la renovación de vehículos". El Financiero, lunes 29 de julio de 1996, Autotips, p. 16A.

Capítulo IV.
Caso de estudio:
Mercedes-Benz México, S.A. de C.V.

4.1. Introducción

Este capítulo tiene por objeto profundizar en el estudio de una empresa representativa de la industria fabricante de vehículos de autotransporte para que a través de la descripción y el análisis del contexto particular de esta empresa, se logre una mejor comprensión del desempeño de la industria entre 1993 y 1996. La empresa que se seleccionó para lograr este objetivo es Mercedes-Benz México, ya que su trayectoria e importancia dentro de la industria la convierten en una empresa representativa de la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México.

Para describir y analizar el contexto particular de Mercedes-Benz México, este capítulo se inicia con una descripción de la misión y los valores corporativos de la empresa. Posteriormente, se reseñan los antecedentes históricos y las actividades recientes de Mercedes-Benz México. A continuación, se analizan las ventas y la participación de mercado de Mercedes-Benz México entre 1993 y 1996, y se presenta el pronóstico de ventas de la empresa para 1997. Finalmente, se describe la relación entre Mercedes-Benz México y su principal socio estratégico en América del Norte, es decir, Freightliner Corporation.

Como se puede observar, el caso de estudio profundiza y complementa el análisis de tres aspectos tratados en el capítulo sobre la descripción y el desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte. Primero, profundiza la descripción de los antecedentes y actividades de las empresas de la industria que se trató en la sección sobre las principales empresas fabricantes de vehículos de autotransporte (sección 3.2.3.2.). Además, complementa el análisis de la participación de mercado de las empresas que se realizó en la sección sobre la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte (sección 3.3.3.3.). Finalmente, presenta el pronóstico

de ventas de Mercedes-Benz México para 1997, de la misma manera en el capítulo anterior se presentó el pronóstico de ventas de la industria para los próximos años (sección 3.4.1.). El caso de estudio retoma estos tres aspectos del tercer capítulo porque a través de ellos es posible describir y analizar el contexto particular de Mercedes-Benz México.

4.2. Misión y valores corporativos de Mercedes-Benz México

La misión de Mercedes-Benz México (MBM) es ser una empresa líder en el ramo automotriz en México con base en una filosofía de servicio total. Para llevar a cabo su misión, Mercedes-Benz México debe:

- Producir y distribuir motores a diesel, vehículos comerciales Mercedes-Benz y Freightliner y automóviles Mercedes-Benz en México y en los mercados de exportación de acuerdo a los estándares de calidad Mercedes-Benz, a precios competitivos y satisfaciendo plena y oportunamente las necesidades de producto en el mercado.
- Disponer de una red de distribución que cubra las necesidades de toda la República Mexicana, que esté organizada al más alto nivel de la industria y que se constituya en el elemento de retención de la clientela de MBM, mediante niveles de servicio de gran excelencia.
- Desarrollar una cultura empresarial que induzca a cada colaborador a ser totalmente responsable y ejercer la autoridad correspondiente para desenvolverse creativamente en su campo de acción (empowerment). La eficiencia y el sentido de urgencia con que MBM desarrolle sus tareas serán los valores básicos con los que la compañía desea ser evaluada
- Producir ganancias para sus accionistas y, a través de ello, contribuir al bienestar de sus colaboradores y de la comunidad que la rodea. La producción de ganancias para sus accionistas es, además, la finalidad última de la empresa.

Además, para cumplir con su misión, Mercedes-Benz México está comprometida con los siguientes valores:

- **Dedicación total al cliente, para brindar un servicio de excelencia a sus clientes internos y externos.**
- **Aprendizaje continuo, con el objeto de ser altamente eficientes.**
- **Sentido de urgencia en el ejercicio de nuestras tareas, con el fin de aprovechar cabalmente las oportunidades que se presentan.**
- **Delegación de autoridad (empowerment) a todos los colaboradores para involucrarlos creativa y eficazmente en la toma continua de decisiones.**
- **Comunicación fluida a todos los niveles; este valor debe ser parte del estilo de vida en MBM.**

4.3. Antecedentes históricos de Mercedes-Benz México

La descripción de los antecedentes históricos de Mercedes-Benz México se realiza en dos etapas. Primero, se explica la relación entre Mercedes-Benz México y Daimler-Benz AG. Posteriormente, se describe el origen y las actividades recientes de Mercedes-Benz México.

4.3.1. Daimler-Benz AG y Daimler-Benz North America Corporation

Mercedes-Benz México es subsidiaria de Daimler-Benz México, la cual es a su vez, subsidiaria de Daimler-Benz North America Corporation, que es propiedad del grupo alemán Daimler-Benz AG.

El grupo Daimler-Benz AG tiene su origen en los esfuerzos de dos grandes precursores del automovilismo, Gottlieb Daimler y Karl Benz. Daimler desarrolló entre otros, el primer motor de combustión de cuatro tiempos, el primer carruaje motorizado y el primer camión de gasolina. Daimler fundó la empresa Daimler Motoren Gesellschaft. Por su parte, Benz patentó el primer vehículo motorizado, desarrolló el primer omnibus y el primer camión diesel. Además, Benz fundó la empresa Benz y Compañía. El nombre "Mercedes" surgió a partir de la experiencia del Cónsul General Austriaco en Niza, Emil Jellinek.

Jellinek, un visionario del futuro del automovilismo, presentó propuestas de mejora a los autos que Daimler vendía en Niza. Para ello, utilizó como seudónimo el nombre de su hija: Mercedes. En 1900 Daimler construyó autos Mercedes, especiales para Jellinek, y fue entonces cuando el nombre Mercedes comenzó a hacerse tan popular que se empleó a partir de 1902 para todos los autos Daimler.

En 1926, Daimler Motoren Gessellschaft y Benz y Compañía constituyeron una sola empresa. A partir de entonces, Daimler-Benz y sus productos tuvieron una sola marca: Mercedes-Benz.

Además de ser ampliamente reconocida por su tradición automovilística, Mercedes-Benz es también el mayor fabricante mundial de camiones de más de seis toneladas de peso bruto vehicular. Mercedes-Benz tiene 11 plantas de producción de automóviles y/o camiones en Alemania y 50 plantas y centros de montaje en todo el mundo.

Mercedes-Benz es una de las tres unidades corporativas del grupo Daimler-Benz AG. Las otras dos unidades corporativas del grupo Daimler-Benz AG son: Daimler-Benz Aerospace (DASA) y Daimler-Benz InterServices (debis). Dentro de la unidad corporativa Mercedes-Benz están incluidas todas las compañías del grupo Daimler-Benz que están relacionadas con la fabricación de automóviles y vehículos comerciales (vehículos de autotransporte); dentro de la unidad

corporativa Daimler-Benz Aerospace (DASA) están agrupadas las compañías del grupo Daimler-Benz que están relacionadas con el desarrollo y fabricación de aviones y helicópteros, sistemas de defensa, sistemas de propulsión aérea, satélites y sistemas de infraestructura espacial; finalmente, dentro de la unidad corporativa Daimler-Benz InterServices (debis) están agrupadas las compañías del grupo Daimler-Benz que están relacionadas con los servicios financieros, seguros, tecnología de la información, servicios de telecomunicación y medios de comunicación, servicios de mercadotecnia y comercialización, y servicios inmobiliarios. Adicionalmente a estas tres unidades corporativas, el grupo Daimler-Benz AG maneja directamente las compañías relacionadas con los sectores de sistemas ferroviarios, motores a diesel y microelectrónica.

Como se mencionó en un principio, Mercedes-Benz México es subsidiaria de Daimler-Benz México, la cual es a su vez, subsidiaria de Daimler-Benz North America Corporation, que es propiedad del grupo alemán Daimler-Benz AG. Para explicar la relación entre estas empresas, es necesario mencionar que Daimler-Benz North America Corporation (DBNA) es la compañía consolidadora y el centro financiero de las actividades del grupo alemán Daimler-Benz AG en los países miembros del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). La función principal de DBNA es la de proporcionar recursos financieros de bajo costo a sus subsidiarias. El cuadro 42 muestra las principales compañías subsidiarias y afiliadas de DBNA hasta el 31 de marzo de 1997.

Cuadro 42.
Principales compañías subsidiarias y afiliadas de
Daimler-Benz North America Corporation

DAIMLER-BENZ AG <i>Stuttgart, Baden Württemberg, Alemania</i>		
Daimler-Benz North America Corporation <i>New York, New York, EUA</i>		
Daimler-Benz Capital, Inc. <i>Wilmington, Delaware, EUA</i>	Daimler-Benz Research and Technology North America, Inc. <i>Palo Alto, California, EUA</i>	Daimler-Benz Canada Inc. <i>Montreal, Quebec, Canadá</i>
Daimler-Benz Finance Corporation <i>Wilmington, Delaware, EUA</i>	Daimler-Benz Purchasing Coordination of North America, Inc. <i>Montvale, New Jersey, EUA</i>	Daimler-Benz México, S.A. de C.V. <i>México, D. F., México</i>
Daimler-Benz Washington, Inc. <i>Washington, D.C., EUA</i>		
Automóviles		
Mercedes-Benz of North America, Inc. <i>Montvale, New Jersey, EUA</i>	Mercedes-Benz U.S. International, Inc. <i>Tuscaloosa, Alabama, EUA</i>	Mercedes-Benz Canada Inc. <i>Toronto, Ontario, Canadá</i>
Mercedes-Benz Manhattan, Inc. <i>New York, New York, EUA</i>	Mercedes-Benz Advanced Design of North America, Inc. <i>Irvine, California, EUA</i>	

(Continúa...)

Vehículos comerciales

<p>Freightliner Corporation Portland, Oregon, EUA</p>	<p>Mercedes-Benz México, S.A. de C.V.^{1 2} Santiago Tanguistenco, Estado de México, México</p>	<p>SETRA/Kässbohrer of North America, Inc.³ Gray, Maine, EUA</p>
<p>Freightliner of Canada Ltd. Mississauga, Ontario, Canadá</p>	<p>Mercedes-Benz Omnibuses México, S.A. de C.V.¹ García, Nuevo León, México</p>	

Aeroespacial

<p>Daimler-Benz Aerospace of North America, Inc. Washington, D.C., EUA</p>	<p>American Eurocopter Corporation (30%)³ Grand Prairie, Texas, EUA</p>	<p>CMS, Inc.⁴ Tampa, Florida, EUA</p>
<p>Airbus Industrie of North America, Inc. (37.9%)³ Herndon, Virginia, EUA</p>	<p>Daimler-Benz Aerospace México, S.A. de C.V.¹ México, D. F., México</p>	

(Continúa...)

Servicios		
<p>Mercedes-Benz Credit Corporation <i>Norwalk, Connecticut, EUA</i></p> <p>debis Financial Services, Inc. <i>Norwalk, Connecticut, EUA</i></p>	<p>Remarketing Services of America, Inc. <i>Amherst, New York, EUA</i></p> <p>Mercedes-Benz Credit of Canada Inc. <i>Mississauga, Ontario, Canadá</i></p>	<p>Mercedes-Benz Leasing México, S.A. de C.V.¹ <i>México, D.F., México</i></p> <p>debis Information Technology Services, Inc.³ <i>Rosemont, Illinois, EUA</i></p>

Sistemas ferroviarios
<p>ABB Daimler Benz Transportation, Inc. (50%)³ <i>Pittsburg, Pennsylvania, EUA</i></p>

Motores a diesel		
<p>Diesel Project Development, Inc. <i>Wilmington, Delaware, EUA</i></p>	<p>Detroit Diesel/MTU Americas, Inc. (25%)³ <i>Detroit, Michigan, EUA</i></p>	<p>Ilmor Engineering, Inc. (25%) <i>Redford, Michigan, EUA</i></p>

(Continúa...)

Microelectrónica	
Siliconix, Inc. (80.4%) <i>Santa Clara, California, EUA</i>	Temic México, S.A. de C.V.¹ <i>Cuautla, Morelos, México</i>

Fuente: Daimler-Benz North America Corporation.
Anual Report 1996.

¹ Subsidiarias de Daimler-Benz México S.A. de C.V.

² Mercedes-Benz México S.A. de C.V. también ensambla los automóviles de clase C, E, y S.

³ Compañía afiliada no consolidada

⁴ Subsidiaria de Daimler-Benz Finance Corporation

Nota En Norteamérica, la mayor parte de las compañías están consolidadas por Daimler-Benz North America Corporation, la cual es propiedad en un 100 por ciento del grupo Daimler-Benz AG. Daimler-Benz North America Corporation tiene una participación del 100 por ciento en cada una de las compañías incluidas en el cuadro anterior a menos que se señale lo contrario.

En octubre de 1995, Daimler-Benz México se convirtió en una subsidiaria de Daimler-Benz North America Corporation. A finales de 1995, las compañías del grupo Daimler-Benz AG que operaban en México se convirtieron en subsidiarias de Daimler-Benz México (DBM).

La función principal de DBM es la de proporcionar fondos para el portafolio financiero y crediticio del grupo en México, así como fondos para el capital de trabajo de sus subsidiarias. DBM es también la oficina representativa del grupo Daimler-Benz para sus relaciones con el gobierno mexicano. Finalmente, DBM también proporciona al grupo diversos análisis sobre el desarrollo económico, político y social del país.

Antes de iniciar la descripción de las actividades de Mercedes-Benz México y de Mercedes-Benz Omnibuses México en la industria de vehículos de autotransporte, se hará una breve descripción de las actividades de las otras tres compañías de subsidiarias de Daimler-Benz México que, como puede observarse en el cuadro 42, son Daimler-Benz Aerospace México, Mercedes-Benz Leasing México y TEMIC México. Esta breve descripción tiene por objeto proporcionar un visión general de las actividades del grupo Daimler-Benz AG en México, y hacer evidente que las compañías del grupo Daimler-Benz AG en México se complementan entre sí, lo cual facilita las actividades del grupo Daimler-Benz en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México.

- **Daimler-Benz Aerospace México**

Daimler-Benz Aerospace Mexico inició operaciones en 1995 y tiene por objeto promocionar y comercializar los productos de Daimler-Benz Aerospace AG (DASA). DASA es una unidad corporativa del grupo Daimler-Benz AG en la que se concentran las actividades relacionadas con el desarrollo y fabricación de aviones y helicópteros, sistemas de defensa, sistemas de propulsión aérea, satélites y sistemas de infraestructura espacial. La característica esencial de las actividades de DASA es la investigación y la tecnología que le permiten desarrollar productos de un muy alto valor y avanzada tecnología.

- **Mercedes-Benz Leasing México**

Mercedes-Benz Leasing México tiene por objeto brindar planes de arrendamiento y financiamiento de ventas para las compañías de Daimler-Benz Mexico y sus respectivos clientes. Mercedes-Benz Leasing México inició operaciones en 1993 y desde entonces ha ofrecido al mercado nacional servicios de arrendamiento financiero puro. En 1996, Mercedes-Benz Leasing México logró comercializar un número considerable de vehículos de autotransporte usados a través de su Centro de Camiones Usados, el cual es un joint-venture entre Mercedes-Benz Leasing Mexico y Mercedes-Benz México. Debido a los resultados satisfactorios de Mercedes-Benz Leasing

México, en 1995 se decidió abrir una nueva empresa denominada Arrendadora Mercedes-Benz, la cual es una unidad operativa especializada en el arrendamiento financiero de todos los vehículos y maquinaria comercializados por las empresas del consorcio Daimler-Benz en México. En 1996, Arrendadora Mercedes-Benz presentó al Banco Nacional de Obras Públicas (Banobras) un proyecto para participar en el financiamiento del programa de modernización del transporte urbano de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.⁵⁴

- **TEMIC México**

En febrero de 1995, TEMIC abrió una planta en Cuautla, Estado de Morelos, en la que se manufactura una extensa variedad de productos electrónicos que son vendidos tanto en el sector automotriz como en el resto de la industria y tanto a clientes internos como externos al grupo Daimler-Benz. Entre los productos que TEMIC produce en México se encuentran controladores para sistemas antibloqueo de frenos, los cuales son utilizados por BMW, KIA Motors y Mazda, entre otros; por otra parte, también se fabrican unidades de memoria para los espejos retrovisores de los automóviles Mercedes-Benz, y módulos de encendido para Volkswagen. La compañía espera duplicar su producción durante los próximos dos años y también planea construir una planta de motores eléctricos para automóviles.

4.3.2. El origen y desarrollo de Mercedes-Benz México

El grupo Daimler-Benz AG inició sus operaciones en México en 1985, cuando compró al Grupo Industrial Hermes el 49 por ciento de las acciones de la Fábrica de Autotransportes Mexicana (FAMSA).⁵⁵

⁵⁴ OSTERROTH L. María de Jesús "Abre Mercedes-Benz una arrendadora financiera", *El Financiero*, sábado 24 de febrero de 1996, Economía, pg. 5

⁵⁵ La información sobre Mercedes-Benz México se obtuvo de las siguientes fuentes:

En 1987, se dio inicio en FAMSA a la fabricación de motores a diesel Mercedes-Benz y en 1989 el grupo germano adquirió el 80 por ciento de las acciones de esa empresa. El restante 20 por ciento siguió en manos del Grupo Industrial Hermes, en el que Carlos Hank Rohn era el presidente del Consejo de Administración.

A pesar de que desde 1989 el grupo alemán contaba ya con la mayoría de las acciones, no fue sino hasta 1991 cuando la automotriz alemana se constituyó como Mercedes-Benz México y fue entonces cuando se presentó en México la línea de camiones y autobuses integrales Mercedes-Benz y tractocamiones Freightliner.

Mercedes-Benz México fabrica motores, camiones, tractocamiones, chasis y automóviles en su planta de Santiago Trianguistenco, Edo. de México. Las instalaciones de la empresa en esa localidad tienen una superficie de 350,000 m² y además de las líneas de ensamble de los productos antes mencionados, también se localizan ahí sus oficinas corporativas y su centro de capacitación.

En enero de 1994 se inauguró la planta de Mercedes-Benz Omnibuses México, la cual se localiza en el municipio de García en el Estado de Nuevo León y en donde se fabrican autobuses de pasaje urbano y suburbano. Desde 1992, Mercedes-Benz México tenía planes para producir autobuses en México, para lo cual se analizaron varias opciones, entre ellas, comprar la fábrica de Mexicana de Autobuses o edificar una planta propia. La compra de la fábrica de Mexicana de Autobuses no fue posible debido a que algunos accionistas de Mexicana de Autobuses se opusieron a esta operación. En

-
- DURÁN, José Antonio. "Nace Mercedes-Benz Omnibuses México", El Financiero, lunes 10 de enero de 1994, p. 6A.
 - DURÁN, José Antonio. "Confirmado, Carlos Hank Rohn vendió sus acciones de Mercedes-Benz", El Financiero, jueves 25 de enero de 1996, p. 2A.
 - DURÁN, José Antonio. "Reafirma Mercedes-Benz su presencia en México con la compra de acciones a Carlos Hank Rohn. Oscar Espinosa reunió a fabricantes y líderes transportistas", El Financiero, lunes 29 de enero de 1996, p. 21A.
 - DURÁN, José Antonio. "Crecieron 116.8% las ventas de vehículos pesados", El Financiero, jueves 12 de junio de 1996, p. 2A.
 - DURÁN, José Antonio. "Mercedes-Benz México quiso comprar a Mexicana de Autobuses", El Financiero, jueves 19 de septiembre de 1996, p. 3A.

consecuencia, después de analizar las demás opciones, se decidió construir una planta propia. La inversión realizada para la instalación de la planta de Mercedes-Benz Omnibuses México fue de alrededor de 100 millones de dólares. Mercedes-Benz México es el principal accionista en la empresa Mercedes-Benz Omnibuses México, aunque ambas compañías operan de manera independiente y las dos empresas son subsidiarias de Daimler-Benz México.

A finales de 1995, Daimler-Benz adquirió del Grupo Industrial Hermes el restante 20 por ciento de las acciones para convertirse en propietaria única de Mercedes-Benz México. Según se anunció a principios del año siguiente, la operación ascendió a un total de 32 millones de dólares.

Más recientemente, el 11 de junio de 1997, fue inaugurado el nuevo Centro de Distribución de Partes de Mercedes-Benz México en San Luis Potosí, Edo. de San Luis Potosí, y cuya construcción había comenzado a finales de octubre de 1996. Este centro de refacciones tiene capacidad para almacenar 45 mil autopartes diferentes, mismas que cubrirán la demanda de autos y camiones de México y el sur de Estados Unidos. El centro de almacenamiento está abastecido por 100 proveedores nacionales y 50 extranjeros. En cuanto a la inversión realizada, la inversión en instalaciones y equipo asciende a 5.5 millones de dólares mientras que el *stock* de refacciones requirió de 10 millones de dólares adicionales. Además, se ha anunciado que podría haber otras inversiones adicionales por el equivalente a 4.5 millones de dólares ya que el nuevo Centro de Distribución deberá trabajar al 100 por ciento de su capacidad y en coordinación con Freightliner Corporation.

Finalmente, sólo resta mencionar que a lo largo de sus seis años de presencia en el país, Mercedes-Benz México se ha distinguido por su liderazgo tecnológico y la constante introducción de nuevos productos en el mercado mexicano. Además, la calidad de los productos de Mercedes-Benz se manifiesta en el hecho de que existen motores Mercedes-Benz que ya han alcanzado un millón de kilómetros

recorridos sin reparaciones mayores. Por otra parte, Mercedes-Benz México continúa investigando las necesidades de transporte específicas del país para ofrecer vehículos que sean las soluciones más efectivas, rentables y durables del mercado nacional. Por todo ello, Mercedes-Benz México es hoy "la estrella que conduce al éxito".

4.4. La posición de Mercedes-Benz México en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México entre 1993 y 1996

Esta sección tiene por objeto conocer la posición de Mercedes-Benz México en la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. Para ello, se hace una breve referencia a las ventas de Mercedes-Benz respecto al mercado de exportación y al mercado nacional de vehículos de autotransporte. Posteriormente, se analiza detalladamente la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas de cada segmento del mercado entre 1993 y 1996. Finalmente, se presenta el pronóstico de ventas de Mercedes-Benz México para 1997.

4.4.1. Las ventas de Mercedes-Benz México: las exportaciones y el mercado nacional

Esta sección tiene por objeto hacer una breve referencia a las ventas de Mercedes-Benz en el mercado de exportación y en el mercado nacional. Cabe mencionar que cada uno de estos aspectos se estudió detenidamente a lo largo de la sección sobre las ventas de la industria (sección 3.3.3.) en el tercer capítulo de este estudio, por lo que ahora se presenta resumidamente esta información con el único fin de proporcionar una perspectiva general sobre el volumen de venta anual de Mercedes-Benz México entre 1993 y 1996. El cuadro 43 muestra estas cifras de ventas.

Cuadro 43.
Principales indicadores de las ventas de Mercedes-Benz México
entre 1993 y 1996

Mercado	Participación (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Gran total de ventas	31.50	31.29	25.76	23.88	10,596	10,644	1,857	2,768
Total ventas exportación	0.00	0.00	22.25	14.50	0	0	394	403
Total ventas m. nacional	32.51	31.99	26.91	26.84	10,596	10,644	1,463	2,365
Total prod. nacional	29.97	32.44	27.13	26.45	9,281	9,474	1,411	2,298
Total ventas importación	80.77	28.74	22.03	54.92	1,315	1,170	52	67
Balanza comercial					-1,315	-1,170	342	336

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPACT

La importancia del cuadro 43 radica en que muestra de manera sintética el volumen de venta anual de Mercedes-Benz México en cada nivel de la estructura de ventas de la industria y la participación de mercado que representaron sus ventas en cada uno de los años del periodo de 1993 a 1996.

El cuadro 43 permite conocer, entre otros aspectos, los máximos y mínimos de las ventas de Mercedes-Benz México entre 1993 y 1996. Por ejemplo, a través del cuadro 43 es posible saber que 1994 fue el año en el que Mercedes-Benz logró vender una mayor cantidad de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996, al alcanzar un gran total de ventas de 10,644 unidades. No obstante lo anterior, el cuadro 43 muestra que en 1993 Mercedes-Benz tuvo la participación de mercado más alta que haya tenido en cualquiera de los años del periodo de 1993 a 1996 respecto al gran total de ventas de la

industria, a pesar de que el volumen de ventas de 1993 fue ligeramente inferior al de 1994.

Por otra parte, el cuadro 43 muestra que 1995 fue el año en el que Mercedes-Benz México vendió una menor cantidad de unidades en el mercado nacional en el período de 1993 a 1996, y a pesar de que en 1995 Mercedes-Benz comenzó a exportar, 1995 también fue el año en el que Mercedes-Benz México tuvo el gran total de ventas más reducido en el período de 1993 a 1996.

Adicionalmente, el cuadro 43 muestra que en 1996 Mercedes-Benz aumentó sus ventas tanto en el mercado nacional como en el mercado de exportación con respecto a 1995. Sin embargo, al observar las participaciones de mercado de Mercedes-Benz con respecto al gran total de ventas de 1996 y con respecto al total de ventas en el mercado nacional de 1996, el cuadro 43 muestra que 1996 fue el año en el que la participación de mercado de Mercedes-Benz fue la más baja del período de 1993 a 1996. De hecho, entre 1993 y 1996, la participación de mercado de Mercedes-Benz respecto al gran total de ventas y respecto al total de ventas en el mercado nacional ha tendido a reducirse.

Es importante señalar que el cuadro 43 muestra la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto a cada nivel de la estructura de ventas de la industria y toma como base a todos los segmentos del mercado en cada nivel de la estructura. Sin embargo, también es posible conocer la participación de mercado de Mercedes-Benz respecto a cada segmento del mercado, aunque para ello es necesario tomar como base un nivel específico de la estructura de ventas de la industria -por ejemplo, el gran total de ventas- en cada segmento del mercado. La siguiente sección muestra este análisis, y en ella se podrá observar que el hecho de que la participación de mercado de Mercedes-Benz respecto al gran total de ventas y respecto a todos los segmentos del mercado haya tendido a reducirse entre 1993 y 1996, no significa que la participación de mercado de Mercedes-Benz respecto al gran total de ventas y respecto a cada segmento del mercado también haya tendido a reducirse.

4.4.2. Participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmento entre 1993 y 1996

El análisis de la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmento tiene por objeto complementar el análisis de la participación de mercado de las empresas que se realizó en la sección sobre la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte (sección 3.3.3.3.). En consecuencia, la participación de mercado de Mercedes-Benz México se analiza siempre en función de la participación de mercado de las empresas que son los mayores competidores de Mercedes-Benz México en cada segmento.

Para analizar la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmento, se analizan los segmentos de camiones clase 6, 7 y 8, chasis para pasaje clase 5, 6, 7 y 8, vehículos para la construcción, tractocamiones quinta rueda, y autobuses integrales. No se analiza el segmento de vehículos especiales porque según las estadísticas de la ANPACT, entre 1993 y 1996, sólo se vendieron cinco vehículos especiales en 1995, los cuales fueron importados y vendidos en su totalidad en el mercado nacional por la empresa Oshmex, por lo que Mercedes-Benz México no tuvo ninguna participación en ese segmento.

4.4.2.1. Camiones clase 6, 7 y 8

El análisis de la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmentos, inicia con el análisis del segmento de camiones clase 6, 7 y 8. El cuadro 44 muestra esta información.

Cuadro 44.
Participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de camiones clase 6, 7 y 8 entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Chrysler	30.66	23.78	5.71	6.44	4,854	4,007	262	407
Dina	32.83	28.03	29.08	22.71	5,198	4,723	1,334	1,435
Ford	0.00	13.71	17.20	11.35	0	2,309	789	717
GM	0.00	1.95	10.99	17.85	0	328	504	1,128
KW	1.96	1.81	7.06	21.54	311	305	324	1,361
MBM	34.53	30.71	29.97	20.11	5,468	5,173	1,375	1,271
Tramosa	0.02	0.00	0.00	0.00	3	0	0	0
Volvo	0.00	0.01	0.00	0.00	0	2	0	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	15,834	16,847	4,588	6,319

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 44 es posible saber, por ejemplo, que en 1993, Mercedes-Benz vendió un total de 5,468 camiones de clase 6, 7 y 8, los cuales representaron el 34.53% del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en ese segmento. La importancia de la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de camiones clase 6, 7 y 8 radica en que el segmento de camiones clase 6, 7 y 8 es el segmento en el cual se venden una mayor cantidad de vehículos de autotransporte. Como se observó en el capítulo anterior al analizar el porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al gran total de ventas (ver cuadro 4), el segmento de camiones de clase 6, 7 y 8 representó el 47.08% del gran total de ventas en 1993; el 49.52% en 1994; el 63.65% en 1995; y, el 54.53% en 1996.

Como se puede apreciar en el cuadro 44, Mercedes-Benz ocupó el primer lugar en ventas de camiones clase 6, 7 y 8 entre 1993 y 1995. Sin embargo, en 1996 Dina fue por primera vez en el periodo de 1993 a 1996, la compañía que tuvo más ventas de camiones clase 6, 7 y 8, mientras que Kenworth ocupó la segunda posición. En contraste a lo ocurrido entre 1993 y 1995, la participación de Mercedes-Benz cayó hasta la tercera posición en 1996.

El cuadro 44 también muestra que entre 1993 y 1996, la participación de mercado de Mercedes-Benz y Dina con respecto al gran total de ventas del segmento de camiones clase 6, 7 y 8 ha tenido una tendencia a disminuir, a diferencia de la participación de mercado de General Motors y de Kenworth, la cual ha tendido a aumentar. En efecto, entre la participación de mercado más alta del periodo de 1993 a 1996 y la participación más baja en el mismo periodo, Mercedes-Benz ha perdido 14.42 puntos porcentuales, mientras que Dina sólo ha perdido 10.12 puntos porcentuales. En el caso contrario, entre la participación de mercado más baja del periodo de 1993 a 1996 y la participación más alta en el mismo periodo, General Motors ha ganado 15.90 puntos porcentuales, mientras que Kenworth ha ganado 19.73 puntos.

4.4.2.2. Chasis para pasaje clase 5, 6, 7 y 8

Para continuar con el análisis de la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmentos, ahora es el momento de analizar el segmento de chasis para pasaje clase 6, 7 y 8. El cuadro 45 muestra esta información.

Cuadro 45.
Participación de mercado de las empresas
respecto al gran total de ventas de chasis para
pasaje de clase 5, 6, 7 y 8 entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Chrysler	9.14	12.56	5.52	2.83	637	942	59	73
Dina	60.48	50.69	61.93	52.10	4,214	3,801	662	1,342
Ford	0.00	0.00	3.93	0.89	0	0	42	23
MBM	30.38	32.40	25.44	42.97	2,117	2,429	272	1,107
Oshmex	0.00	4.35	3.18	1.20	0	326	34	31
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	6,968	7,498	1,069	2,576

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 45 es posible saber, por ejemplo, que en 1996, Mercedes-Benz vendió 1,107 chasis para pasaje, que representaron el 42.97% del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en ese segmento. La importancia de la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de chasis para pasaje clase 5, 6, 7 y 8 radica en que el segmento de chasis para pasaje es el segmento en el cual se venden una mayor cantidad de vehículos de autotransporte después del segmento de camiones clase 6, 7 y 8, es decir, es el segundo segmento más importante del mercado. Como se observó en el capítulo anterior al analizar el porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al gran total de ventas (ver cuadro 4), el segmento de chasis para pasaje clase 5, 6, 7 y 8 representó el 20.72% del gran total de ventas en 1993; el 22.04% en 1994; el 14.83% en 1995; y, el 22.23% en 1996.

El cuadro 45 permite observar que entre 1993 y 1996, las ventas de Dina y Mercedes-Benz representaron más de las tres cuartas partes del gran total de ventas de la industria en el segmento de chasis para pasaje clase 5, 6, 7 y 8. En efecto, las ventas de ambas compañías representaron el 90.86% del gran total de ventas de chasis para pasaje en 1993; el 83.09% en 1994; el 87.37% en 1995; y, el 95.07% en 1996.

Ahora bien, el hecho de que Dina y Mercedes-Benz dominen claramente el segmento de chasis para pasaje respecto al gran total de ventas no quiere decir que ambas compañías tengan exactamente el mismo volumen de ventas. El cuadro 45 muestra que entre 1993 y 1996 la participación de mercado de Dina respecto al gran total de ventas del segmento de chasis para pasaje siempre fue superior a la participación de Mercedes-Benz. Sin embargo, si se considera a las ventas de Mercedes-Benz como un porcentaje de las ventas de Dina en el segmento de chasis para pasaje, es posible observar que las ventas de Mercedes-Benz han tendido a aumentar en relación a las ventas de Dina. En efecto, el gran total de ventas de Mercedes-Benz en el segmento de chasis para pasaje representó el 50.24% del gran total de ventas de Dina en el segmento de chasis para pasaje en 1993; el 63.90% en 1994; el 41.09% en 1995; y, el 82.49% en 1996. Como se puede observar claramente en estas cifras, a excepción de

1995, el gran total de ventas de Mercedes-Benz tendió a ser cada vez más parecido al gran total de ventas de Dina en el segmento de chasis para pasaje entre 1993 y 1996, lo cual indica que Mercedes-Benz es cada vez más competitiva en este segmento.

4.4.2.3. Segmento de vehículos para la construcción

El análisis de la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmentos continúa con el estudio del segmento de vehículos para la construcción. El cuadro 46 muestra esta información.

Cuadro 46.
Participación de mercado de las empresas
respecto al gran total de ventas de vehículos del
segmento de construcción entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Dina	43.23	60.24	68.93	45.08	498	597	142	119
Ford	0.00	0.00	0.97	0.00	0	0	2	0
KW	0.00	6.76	5.83	2.27	0	67	12	6
MBM	41.15	32.49	24.27	52.65	474	322	50	139
Vipsa	15.63	0.00	0.00	0.00	180	0	0	0
Volvo	0.00	0.50	0.00	0.00	0	5	0	0
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	1,152	991	206	264

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 46 es posible saber, por ejemplo, que en 1993, Mercedes-Benz vendió 474 vehículos para la construcción, que representaron el 41.15% del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en ese segmento. La importancia de la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de vehículos para la construcción no radica

tanto en el volumen de ventas del segmento respecto al gran total de ventas de la industria, sino más bien en que este segmento muestra la forma en que las compañías cubren la demanda de vehículos de autotransporte de un sector específico de la economía, ya que las ventas del segmento de vehículos para la construcción no representaron más del 4% del gran total de ventas de la industria entre 1993 y 1996. En efecto, como se observó en el capítulo anterior al analizar el porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al gran total de ventas (ver cuadro 4), el segmento de vehículos para la construcción sólo representó el 3.43% del gran total de ventas en 1993; el 2.91% en 1994; el 2.86% en 1995, y, el 2.28% en 1996.

Uno de los más aspectos que más destacan al observar el cuadro 46 es que al igual que en el segmento de chasis para pasaje, Mercedes-Benz y Dina son las dos compañías que dominaron las ventas en el segmento de vehículos para la construcción entre 1993 y 1996. Sin embargo, el cuadro 46 también muestra que el comportamiento de la participación de mercado de Mercedes-Benz y Dina ha sido inverso, es decir, que mientras que la participación de mercado de Dina en el segmento aumentó entre 1993 y 1995, la participación de mercado de Mercedes-Benz disminuyó en el mismo período, y que en 1996, la participación de mercado de Dina tuvo un fuerte descenso, mientras que la participación de mercado de Mercedes-Benz aumentó notablemente con respecto al año anterior. Por ello, el hecho de que Mercedes-Benz haya pasado a ser la compañía líder en el segmento de vehículos para la construcción en 1996 después de que su participación en el mercado había tendido a disminuir entre 1993 y 1995, hace muy significativo el cambio que se dio en la participación de mercado de Mercedes-Benz y Dina en el segmento de vehículos para la construcción en 1996 con respecto a 1995. Definitivamente, este cambio muestra que la competencia entre Mercedes-Benz y Dina en este segmento es sumamente fuerte, a pesar de que no es uno de los segmentos más importantes del mercado en relación al volumen de ventas del segmento respecto al gran total de ventas de la industria.

Por esa misma razón, también llama la atención el hecho de que Victor Patrón haya dejado de participar en el segmento de vehículos para la construcción en 1994, después de que en 1993 tuvo una participación

de mercado de 15.63% respecto al gran total de ventas de la industria en este segmento. Es decir, si la competencia entre Mercedes-Benz y Dina es tan cerrada en el segmento de vehículos para la construcción, es difícil comprender por qué una compañía que en 1993 todavía tenía un 15.63% del mercado de vehículos para la construcción, simplemente dejó de vender unidades en 1994. Si bien es cierto que una participación de mercado de 15.63% no es extremadamente alta, también es notable el hecho de que después de la salida de Victor Patrón del segmento de vehículos para la construcción, ninguna otra empresa, además de Mercedes-Benz y Dina, ha vuelto a tener una participación de mercado del 15.63 respecto al gran total de ventas de la industria en este segmento. Además, si se considera que el segmento de vehículos para la construcción era el único segmento en que participaba Victor Patrón respecto al gran total de ventas, entonces la salida del mercado de Victor Patrón debió tener como resultado otros beneficios lo suficientemente importantes como para dejar su único segmento del mercado ya que su participación en el segmento de vehículos para la construcción no ameritaba, por sí misma, su salida del mercado de vehículos de autotransporte en México como marca fabricante.

4.4.2.4. Tractocamiones quinta rueda

Para continuar con el análisis de la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmentos, ahora es el momento de analizar el segmento de tractocamiones quinta rueda. El cuadro 47 muestra esta información.

Cuadro 47.
Participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de tractocamiones quinta rueda entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Dina	27.13	21.01	38.28	6.95	1,455	1,342	382	124
KW	44.19	49.26	24.05	68.12	2,370	3,147	240	1,216
MBM	27.26	27.61	13.93	13.95	1,462	1,764	139	249
Scania	0.00	0.00	9.52	5.43	0	0	95	97
Volvo	1.42	2.11	14.23	5.55	76	135	142	99
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	5,363	6,388	998	1,785

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 47 es posible saber, por ejemplo, que en 1994, Mercedes-Benz vendió 1,764 tractocamiones quinta rueda, que representaron el 27.61% del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en ese segmento. La importancia de la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de tractocamiones quinta rueda radica en que el segmento de tractocamiones es el segmento en el cual se venden una mayor cantidad de vehículos de autotransporte después del segmento de chasis para pasaje clase 5, 6, 7 y 8, es decir, es el tercer segmento más importante del mercado. Como se observó en el capítulo anterior al analizar el porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al gran total de ventas (ver cuadro 4), el segmento de tractocamiones quinta rueda representó el 15.94% del

gran total de ventas en 1993; el 18.78% en 1994; el 13.85% en 1995; y, el 15.40% en 1996.

El cuadro 47 muestra que, a diferencia de lo que ocurre en los segmentos de chasis para pasaje y de vehículos para la construcción, Mercedes-Benz y Dina no son las únicas compañías que prácticamente dominan las ventas en el segmento de tractocamiones quinta rueda. Por el contrario, en el segmento de tractocamiones, la empresa que tuvo una mayor cantidad de ventas con respecto al gran total de ventas de la industria en el segmento entre 1993 y 1996, a excepción de 1995, fue Kenworth. Por su parte, Mercedes-Benz ocupó el segundo lugar en ventas entre 1993 y 1996, a excepción de 1995; y Dina, el tercero también entre 1993 y 1996, a excepción de 1995. Como se puede observar, Kenworth, Mercedes-Benz y Dina ocuparon respectivamente el primero, segundo y tercer lugar en ventas respecto al gran total de ventas del segmento de tractocamiones en 1993, 1994 y 1996. Sin embargo, en 1995, las participaciones de mercado de Kenworth y Mercedes-Benz no sólo resintieron los efectos de la crisis, sino también el aumento de la competencia, ya que Scania comenzó a vender tractocamiones en 1995. Además, al contrario de lo que sucedió con Kenworth y Mercedes-Benz, la participación de mercado de Dina con respecto al gran total de ventas de tractocamiones aumentó en 1995 con respecto a 1994. Como consecuencia de todos estos fenómenos, Dina, Kenworth y Volvo ocuparon respectivamente el primero, segundo y tercer lugar en ventas respecto al gran total de ventas del segmento de tractocamiones en 1995.

Después de lo ocurrido en 1995, Kenworth, Mercedes-Benz y Dina volvieron a ocupar respectivamente el primero, segundo y tercer lugar en ventas respecto al gran total de ventas del segmento de tractocamiones en 1996. Sin embargo, en 1996 la participación de mercado de cada una de estas tres compañías es muy distinta de la participación de mercado que tenían en 1993 y 1994 respecto al gran total de ventas del segmento de tractocamiones. En el caso de Kenworth, su participación aumentó en 1996 con respecto a 1993 y 1994, pero en el caso de Mercedes-Benz y Dina, su participación disminuyó en 1996 con respecto a 1993 y 1994. En consecuencia, la participación de mercado de Scania y Volvo es mucho más parecida a las de Mercedes-Benz y Dina en 1996, de lo que lo era en 1993 y

1994. En otras palabras, Mercedes-Benz y Dina resintieron mucho más que Kenworth la competencia de Scania y Volvo en el segmento de tractocamiones quinta rueda en 1996.

4.4.2.5. Autobuses integrales

El análisis de la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas por segmentos continúa con el estudio del segmento de autobuses integrales. El cuadro 48 muestra esta información.

Cuadro 48.
Participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de autobuses integrales entre 1993 y 1996

Empresa	Porcentaje (%)				Unidades			
	93	94	95	96	93	94	95	96
Dina	42.10	16.28	44.44	49.15	1,818	374	152	317
Fanasa	0.35	0.26	0.88	0.00	15	6	3	0
MBM	24.90	41.62	5.26	0.93	1,075	956	18	6
MASA	24.78	33.04	35.38	39.53	1,070	759	121	255
OI	7.87	8.79	14.04	10.39	340	202	48	67
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	4,318	2,297	342	645

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT.

A través del cuadro 48 es posible saber, por ejemplo, que en 1994, Mercedes-Benz vendió 956 autobuses integrales, que representaron el 41.62% del gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte en ese segmento. La importancia de la participación de mercado de las empresas respecto al gran total de ventas de autobuses integrales radica en que el segmento de autobuses integrales es el cuarto segmento más importante del mercado. Como se observó en el capítulo anterior al analizar el porcentaje de ventas de los segmentos del mercado respecto al gran total de ventas (ver cuadro 4),

el segmento de autobuses integrales representó el 12.84% del gran total de ventas en 1993; el 6.75% en 1994; el 4.74% en 1995; y, el 5.57% en 1996.

El cuadro 48 muestra que la participación de mercado de Mercedes-Benz México respecto al gran total de ventas de autobuses integrales en el período de 1993 a 1996, tuvo su mayor importancia en 1993 y, principalmente, en 1994. En 1993, Mercedes-Benz ocupó el segundo lugar en ventas en el segmento de autobuses integrales, ya que tuvo una participación del 24.90% respecto al gran total de ventas del segmento, y sólo quedó por debajo de Dina, que tuvo una participación de 42.10% en el mismo año. En cambio, para 1994 Mercedes-Benz ocupó el primer lugar en ventas de autobuses integrales ya que sus ventas representaron el 41.62% del gran total de ventas de autobuses integrales, con lo cual superaron a las de Mexicana de Autobuses y a las de Dina, que fueron sus más cercanos competidores. Aunque el cuadro 48 no permite saber si las unidades vendidas por cada empresa se vendieron en el mercado de exportación o en el mercado nacional, otras estadísticas de ANPACT señalan que entre 1993 y 1995, todas las ventas de autobuses integrales de Mercedes-Benz México, fueron ventas de importación para el mercado nacional. La trascendencia de esta aclaración radica en que muestra la capacidad de Mercedes-Benz para cubrir una demanda surgida en el mercado nacional únicamente con unidades de importación cuando no produce esas unidades en México.

Por consiguiente, en 1995, cuando la demanda en el mercado nacional se redujo, también se redujeron las ventas de importación de autobuses integrales, y también disminuyó la participación de mercado de Mercedes-Benz en el segmento de autobuses integrales con respecto a 1994. Del origen de las altas ventas de Mercedes-Benz en el segmento de autobuses integrales en 1993 y 1994, y de la tendencia a disminuir de su participación de mercado en el mismo segmento en 1995 y 1996, se puede deducir que Mercedes-Benz no participa de manera constante en el segmento de autobuses integrales, a menos, por supuesto, que la demanda del mercado lo amerite.

4.4.3. Pronóstico de ventas de Mercedes-Benz México para 1997

La percepción, positiva o negativa, que tienen las compañías de su contexto actual se refleja sin duda alguna en las perspectivas que tienen para su desempeño en el corto plazo, y una parte esencial de esas perspectivas se refleja en el pronóstico de ventas de cada empresa. Por ello, a continuación se presenta el pronóstico de ventas de Mercedes-Benz México.

Uno de los objetivos de Mercedes-Benz México para 1997 es el de alcanzar las siguientes ventas de vehículos de autotransporte:

Mercado nacional	3,856 unidades
Mercado de exportación	<u>455</u> unidades
Gran total de ventas	4,311 unidades

Si este objetivo se cumple al final de 1997, Mercedes-Benz México habrá incrementado sus ventas como se muestra en el cuadro 49.

Cuadro 49.
Variación de las ventas de
Mercedes-Benz México entre 1993 y 1997

Mercado	Unidades				
	93	94	95	96	97*
Gran total de ventas	10,596	10,644	1,857	2,768	4,311
<i>Variación (%)</i>		0.45	-82.55	49.06	55.74
Exportación	0	0	394	403	455
<i>Variación (%)</i>				2.28	12.90
Nacional	10,596	10,644	1,463	2,365	3,856
<i>Variación (%)</i>		0.45	-86.26	61.65	63.04

* Objetivo de ventas de Mercedes-Benz México para 1997

Fuente: Elaboración propia con datos de la ANPACT y Mercedes-Benz México.

Como se puede observar en el cuadro 49, si Mercedes-Benz logra vender 3,856 unidades en el mercado nacional en 1997, habrá tenido un aumento del 63.04% en sus ventas del mercado nacional con respecto a 1996. Si esto se combina con un aumento del 12.90% en las ventas del mercado de exportación, el aumento con respecto al gran total de ventas será de 55.74% en 1997 con respecto a 1996.

El cuadro 49 incluye las variaciones en las ventas de Mercedes-Benz México entre 1993 y 1997 a fin de comparar el aumento en ventas que prevé la empresa en 1997 con respecto a 1996, con el aumento en ventas que tuvo en 1996 con respecto a 1995. Como se puede observar, el aumento en ventas que prevé la empresa en 1997 con respecto a 1996 es muy similar al aumento en ventas que tuvo en 1996 con respecto a 1995, por lo que el objetivo de ventas de Mercedes-Benz en 1997 parece bastante razonable, pero implica que la economía mexicana tendrá en 1997 una recuperación más acelerada que la de 1996. No obstante, aún cuando se lograra el objetivo de ventas de 1997, el gran total de ventas de 1997 apenas representaría el 40.50% del gran total de ventas de 1994, lo cual hace evidente que aunque la recuperación de las ventas en 1997 continuara incluso a un ritmo más elevado que el de 1996, todavía deberá pasar algún tiempo más antes de que Mercedes-Benz México alcance el nivel de ventas de 1994. Suponiendo que las ventas en el mercado nacional y las ventas en el mercado de exportación crecieran anualmente a un ritmo del 50% y del 10% respectivamente a partir de 1998 y tomando como referencia el objetivo de ventas de la empresa para 1997, no sería sino hasta después de 1999 cuando se volvería a alcanzar el nivel de ventas de 1994. El tiempo que deberá pasar antes de que Mercedes-Benz México recupere el nivel de ventas de 1994 da una idea muy clara de la profundidad que tuvo la crisis financiera de diciembre de 1994 para las ventas de Mercedes-Benz México.

4.5. Relación con Freightliner Corporation

Freightliner Corporation es el fabricante líder de vehículos de autotransporte en Estados Unidos y produce y comercializa vehículos de la clase 4 a 8. Freightliner Corporation tiene sus oficinas corporativas en Portland, Oregon, E.U.A. y junto con Mercedes-Benz México es parte del grupo Mercedes-Benz AG, que es el mayor fabricante de camiones de más de seis toneladas de peso bruto vehicular a nivel mundial.

En efecto, como se mencionó al hablar de los antecedentes históricos de Mercedes-Benz México, tanto Freightliner Corporation como Mercedes-Benz México son dos de las empresas subsidiarias de Daimler-Benz North America Corporation, que es la compañía consolidadora y el centro financiero de las actividades del grupo alemán Daimler-Benz AG en los países miembros del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Debido a que tanto Freightliner Corporation como Mercedes-Benz México producen y comercializan vehículos de autotransporte en dos de los países miembros del TLCAN, ambas compañías tienen estrategias complementarias.

Según James Hebe, quien es Presidente de Freightliner Corporation, el movimiento internacional de bienes generado por el TLCAN ha cambiado la perspectiva de la industria del autotransporte, por lo que "el autotransporte y la fabricación de vehículos destinados a este fin deben ser vistos regionalmente, no nacionalmente. Eso significa que la misma tecnología, productos, servicios y asistencia deben estar disponibles uniformemente en toda la región del TLCAN."⁵⁶

En consecuencia, Freightliner Corporation y Mercedes-Benz México han comenzado a establecer una red exclusiva de distribuidores en México que tendrán los mismos estándares de servicio al cliente que han significado la clave del éxito de Freightliner en Estados Unidos y Canadá. Un ejemplo de ello es el nuevo Centro de Distribución de

⁵⁶ FREIGHTLINER CORPORATION, Boletín de Prensa del 8 de enero de 1997, <http://www.Freightlinertrucks.com/news/press/mexpcde.html>

Partes que Mercedes-Benz México inauguró en San Luis Potosí el pasado mes de junio de 1996. El nuevo Centro de Distribución de Partes consolida la estrategia de Freightliner Corporation y Mercedes-Benz México para introducir a México no sólo la línea completa de productos Freightliner, que Mercedes-Benz México comercializa en el país desde 1991, sino también los altos estándares de servicio al cliente de Freightliner. Estos estándares significan, entre otras cosas, el establecimiento de un servicio de emergencia las 24 horas del día, amplios horarios de atención a clientes, una excelente planeación de inventarios de partes y refacciones, y distribución urgente de refacciones en casos de emergencia desde los puntos centrales de distribución.⁵⁷

Evidentemente, si Freightliner Corporation y Mercedes-Benz México consideran que la misma tecnología, productos, servicios y asistencia deben estar disponibles uniformemente en toda la región del TLCAN y Freightliner ya cuenta con toda esta tecnología, productos, servicios y asistencia en Estados Unidos, la revisión de los antecedentes y actividades de Freightliner en Estados Unidos resulta esencial para conocer cuál será la tecnología, productos, servicios y asistencia que Mercedes-Benz desarrollara en México a corto plazo, y así comprender de una mejor manera la relación entre Freightliner Corporation y Mercedes-Benz México.

Por otra parte, la revisión de los antecedentes y actividades de Freightliner también es importante porque la relación entre Freightliner Corporation y Mercedes-Benz México podría tener como una consecuencia adicional que, a largo plazo, la marca de Freightliner sustituyera a la marca de Mercedes-Benz en el mercado mexicano, a pesar de que los vehículos Freightliner fueran producidos por Mercedes-Benz México. En efecto, actualmente Mercedes-Benz México produce y comercializa los productos Freightliner además de los suyos propios, por lo que ambas compañías compiten con sus propias marcas en algunos segmentos del mercado mexicano. Sin embargo, el consumidor mexicano podría llegar a identificar a Mercedes-Benz específicamente como una marca de automóviles y a Freightliner como un fabricante de vehículos de autotransporte, a

⁵⁷ *idem*

pesar de que los vehículos Freightliner fueran producidos por Mercedes-Benz México.⁵⁸ Si esto sucediera así, la marca de Freightliner podría sustituir a la marca de Mercedes-Benz en el mercado mexicano de vehículos de autotransporte.

Como se puede observar, la relación entre Freightliner Corporation y Mercedes-Benz México tiene múltiples implicaciones cuya adecuada comprensión hace indispensable conocer los antecedentes y actividades de Freightliner Corporation. El estudio de estos antecedentes y actividades podría ayudar además a identificar algunos de los aspectos que en un momento dado pueden llegar a determinar la relación entre ambas compañías. Por ello, a continuación se presenta una sección dedicada a conocer los antecedentes y actividades de Freightliner Corporation en Estados Unidos.

4.5.1. Freightliner Corporation

Freightliner Corporation es una compañía ubicada en Portland, Oregon, que produce y comercializa vehículos pesados de las clases 4 a 8. Freightliner Corporation es subsidiaria del grupo Mercedes-Benz AG, el fabricante de vehículos pesados más grande del mundo. A continuación se brinda una presentación general de la empresa, así como una breve descripción del desarrollo y situación actual de la compañía. Como se verá, la historia norteamericana de la tecnología de camiones ha sido escrita en buena parte por la gente de Freightliner Corporation, quienes una y otra vez han aceptado el reto de la innovación. Hace 50 años, Freightliner revolucionó a la industria al introducir el aluminio en la construcción de camiones. Actualmente, Freightliner, continúa mejorando su tecnología y su servicio al cliente, lo que le ha valido su reputación como "la compañía que hace las cosas bien".⁵⁹

⁵⁸ DURÁN, José Antonio. "Mercedes-Benz se lanza con todo. ¿O Freightliner?". "El Financiero", jueves 3 de octubre de 1996, Automotriz, pp. 12A

⁵⁹ La información sobre Freightliner Corporation se obtuvo de la siguiente fuente:

- FREIGHTLINER CORPORATION
<http://www.freightlinertrucks.com/company/overview.html>

4.5.1.1. Antecedentes históricos de Freightliner Corporation

La historia de Freightliner se remonta hacia finales de los años 30's, cuando el fundador de Consolidated Freightliner, Leland James, vio la necesidad de contar con un camión más ligero, fuerte y económico. Al no encontrar un productor que aceptara manufacturar su innovador diseño, James intentó fabricar uno por sí mismo, con lo que además de hacer historia dentro de la industria, sentó las bases de la reputación de Freightliner como un constructor innovador y de vanguardia.

El primer camión en llevar la marca de Freightliner apareció en 1942. Debido a sus componentes de aluminio, los primeros Freightliner soportaban una tonelada más de carga que cualquier otro camión en el camino, con la ventaja de ser más resistentes al esfuerzo y a la corrosión.

En 1950, la Compañía Hyster fue el primer transportista en adquirir un camión Freightliner. El "Hyster No. 1" se convirtió en una leyenda, al acumular más de 4 millones de millas (aproximadamente 6.44 millones de kilómetros) antes de ser retirado de la circulación, para ser restaurado y donado al Museo Smithsonian de Historia y Tecnología.

Freightliner continuó sus avances y diseños innovadores como la cabina de aluminio, el dormitorio integrado fabricado también en aluminio, la primer cabina de 90 grados, y el primer camión convencional "de trompa" en 1974.

El compromiso de Freightliner con el liderazgo tecnológico dio un gran paso hacia delante cuando la compañía se asoció con el consorcio más importante de ingeniería automotriz a nivel mundial y el productor más grande de camiones diesel para uso pesado, Daimler-Benz AG. Al comenzar esta asociación, Freightliner aceleró el paso de su ingenio. La compañía fue la primera en promover fuertemente diversas modificaciones en la configuración de los camiones que permitieron a los clientes aprovechar plenamente las ventajas de la liberalización de las leyes de pesos y dimensiones en Estados Unidos.

A través de los años, Freightliner ha enfocado sus habilidades de ingeniería para atender diversas necesidades de los segmentos de construcción, arrastre de troncos, y otros materiales pesados. En 1987, se convirtió en el primer productor norteamericano en ofrecer el sistema de anti-bloqueo de frenos (ABS) en los nuevos modelos. Más tarde, en 1994, fue el primer productor en incorporar el sistema ABS como equipo estándar en los vehículos clase 8.

A principios de los años 90's, cuando otros productores redujeron sus inversiones en Investigación y Desarrollo ante la desaceleración de la economía estadounidense, Freightliner inició uno de los programas más importantes de desarrollo del producto en la historia de la industria. Este programa incluyó:

- un muy bien aceptado modelo convencional BBC de 112 pulgadas (2.84 m) de ancho
- una gama de dormitorios integrados "SleeperCabs" tanto para los modelos convencionales FLD 112 y FLD 120
- una línea extendida de modelos convencionales 112SD y 120SD para el segmento de la construcción y otras aplicaciones de uso pesado
- una nueva generación de "cabovers", más espaciosos, cómodos y más fáciles de operar y de reparar que cualquier otro vehículo comparable.
- el Freightliner Classic XL, el modelo convencional más largo en los caminos, desarrollado para los activos y demandantes conductores tradicionales, y
- el "Business Class", que significó una entrada muy aclamada en el segmento de carga pequeña, y aplicaciones de rango medio como recolección y entrega, y camiones de rescate y de bomberos.

4.5.1.2. La posición de Freightliner en la industria estadounidense de vehículos de autotransporte

4.5.1.2.1. Participación en el mercado estadounidense

Con una línea extendida de productos y un fuerte sentido de servicio de asistencia al cliente, la participación de Freightliner en el mercado estadounidense pasó de un 16.3% en 1988 a más del 25% en 1995, lo cual se originó por un incremento de más del 100% en las ventas por unidad. Freightliner ha sido el mejor vendedor de vehículos clase 8 en Estados Unidos desde 1992.

4.5.1.2.2. Exportación

En 1991, Freightliner comenzó por primera vez a prestar una gran atención a la exportación de vehículos. Mediante la asistencia de Mercedes-Benz y su red internacional de distribuidores, Freightliner penetró diferentes mercados como México, Centro y Sudamérica, Filipinas, Asia y el Medio Oriente. A pesar de ser el último fabricante de vehículos pesados en Estados Unidos en incorporarse al mercado de exportación, Freightliner se convirtió en el exportador líder de Estados Unidos al final de 1992.

4.5.1.3. Desarrollos Recientes

4.5.1.3.1. Nuevas divisiones

1995 marcó un año de expansión significativa. En febrero de 1995, Freightliner ingresó en el mercado de chasis y autobuses de las clases 4, 5, 6 y 7 con la creación de "Freightliner Custom Chassis Corporation", que anteriormente había sido conocida como la "Oshkosh Chassis Division". En 1995, también se fortaleció la posición de Freightliner en el mercado de camiones de bomberos mediante la compra de "American LaFrance", el productor más antiguo del mundo de camiones contra incendios.

Más recientemente, en febrero de 1997, Freightliner Corporation suscribió un acuerdo con Ford Motor Company mediante el cual Freightliner Corporation adquirió la línea de camiones pesados de Ford. La aplicación de los camiones pesados Ford se concentra fundamentalmente en actividades de construcción, reparto de combustibles, barredoras de nieve y pipas. Esta adquisición tiene un gran valor estratégico para Freightliner ya que el contar con una segunda línea de camiones pesados que operará independientemente, complementará la posición de la firma alemana en los mercados de Estados Unidos, Canadá, México y Australia. A partir de esta adquisición, Ford concentrará sus esfuerzos en el segmento de camiones ligeros y medianos. Por otra parte, aunque no se cuenta con información precisa sobre el costo de la transacción, se calcula que su monto asciende a 200 millones de dólares.⁶⁰

4.5.1.3.2. Century Class

Octubre de 1995 marca un hito en la historia de Freightliner con la introducción del completamente rediseñado tractocamión del futuro: el Century Class. El tractocamión Century Class, con sus grandes desarrollos tecnológicos en diseño, electrónica y aerodinámica, aunados al nuevo y exclusivo motor de Freightliner, el Detroit Diesel Serie 55, es un vehículo excelente.

4.5.1.3.3. Software y asistencia especializada

Con el soporte que proporcionan 300 distribuidores altamente calificados en Norteamérica, Freightliner también ha tomado el liderazgo de la industria en cuanto a la aplicación de nuevas herramientas, sistemas y servicios que facilitan el éxito a sus clientes. Por ejemplo, a través del programa SpecPro[®], se asegura que todos los clientes especifiquen la configuración óptima del vehículo que

⁶⁰ MÉXICO AUTOMOTRIZ. "Adquiere Freightliner la línea de camiones pesados de Ford". México Automotriz, Año XX, No. 481, marzo de 1997, p.3 y 4.

desean adquirir de acuerdo a sus propias necesidades. El catálogo electrónico de partes PartsPro® agiliza y simplifica la identificación y realización de pedidos de las refacciones requeridas. Por su parte, el programa Fleet Assistance® permite a los clientes programar fácilmente el mantenimiento de sus unidades y llevar un control de los costos cíclicos de la vida del vehículo. Finalmente, el programa ServicePro®, el software más sofisticado y revolucionario de Freightliner, proporciona instantáneamente apoyo experto de diagnóstico de fallas, historia mecánica del vehículo, boletines de necesidades de servicio y reparación, e información concerniente a la garantía del vehículo, y todo esto, al alcance del teclado de las computadoras de los asistentes de servicio y de los mecánicos.

El compromiso de Freightliner con sus clientes y con el respeto a sus horarios de trabajo ha llevado a la compañía a tener cada vez más distribuidores y "Centros de Distribución de Partes" abiertos las 24 horas del día. Otra forma de proporcionar soporte a los clientes es a través del programa "Fleetpack" ofrecido por los distribuidores participantes.

Sin necesidad de una cuota anual, y con el fin de ayudar a los clientes a controlar sus costos de operación, este paquete de servicios ofrece diversos planes para dar asistencia y servicio a las flotas, ya sea en sus centros de operación o bien en el camino.

En cuanto al apoyo financiero, Freightliner ofrece este servicio a través de la Mercedes-Benz Credit Corporation. Freightliner es reconocida como la compañía que más apoya las negociaciones que consideran vehículos usados como forma de pago. Como resultado, Freightliner también es una de las compañías vendedoras de vehículos usados más grandes en Estados Unidos.

El "Centro de Atención a Clientes" de Freightliner es otra manera de dar un apoyo total a los clientes durante las 24 horas del día. A través del número 1-800-FTL-HELP, cualquier cliente en Estados Unidos

puede comunicarse con un representante que puede localizar al distribuidor más cercano de Freightliner, contactar al cliente con ese distribuidor, y seguir en contacto con el cliente hasta que reciba la asistencia necesaria. De igual forma, los representantes "en línea" pueden solucionar cualquier asunto relacionado con el programa "Fleetpack" o contactar al cliente con alguno de los 100 especialistas en atención al cliente de Freightliner para responder a su pregunta específica.

Finalmente, sólo resta decir que más que cualquier otro factor, son los clientes quienes condujeron a la compañía al éxito que hoy goza. Freightliner ha sido forjada gracias a los clientes que fueron grandes innovadores así como gente astuta en los negocios, quienes significaron para la compañía un socio a quien había que responder no con un "¿por qué?" sino con un "¿por qué no?". Una y otra vez, Freightliner ha demostrado su compromiso con el servicio a sus clientes y a sus cambiantes necesidades fruto de la alta y cerrada competitividad de nuestros días actuando a la altura de "la compañía que hace las cosas bien".

4.5.1.4. Dirección de Freightliner Corporation

Freightliner Corporation
Corporate Headquarters
4747 N. Channel Avenue
Portland, OR 97217-7699
Estados Unidos
Teléfono: (503) 735 8000
Fax: (503) 735 8921

Dirección en Internet: <http://www.freightlinertrucks.com>

4.6. Direcciones de Daimler-Benz México y sus principales subsidiarias

Daimler-Benz México

Paseo de los Tamarindos 400-B
5° Piso Sección Oriente
Col. Bosques de las Lomas
México, D.F. C.P. 05120
Teléfono: (5) 267 01 03
Fax: (5) 267 01 05

Mercedes-Benz México

Oficinas y Planta de Producción
Km 23.7 Carretera
La Marquesa a Tenango
Santiago Tianguistenco,
Estado de México
CP 52600
Teléfono: (72) 79 24 00
Fax: (72) 79 24 08

Mercedes-Benz Omnibuses México

Km. 6.5 Carretera a Garcia
Garcia, Nuevo León
C.P. 66000
Teléfono: (8) 319 39 00
Fax: (8) 319 39 01

TEMIC México

Av. Ignacio Allende Lote 20
Parque Industrial Cuautla
Villa de Ayala, Morelos
C.P. 62743
Teléfono: 107 54 50 *
Fax: 107 54 99 *

* No se necesita clave de larga
distancia

Centro de Distribución de Partes de Mercedes-Benz México

Circuito México No. 110
Parque Industrial Tres Naciones
Villa de Pozo
San Luis Potosí, S.L.P.
C.P. 78290
Teléfonos: (48) 26 71 04; (48)
26 71 03; y, (48) 26 71 06
Fax: (48) 26 71 18

Las empresas Daimler-Benz Aerospace y Mercedes-Benz Leasing tienen la misma dirección que Daimler-Benz México. Los únicos datos que varían son los siguientes:

Empresa	Teléfono	Fax	Piso
Mercedes-Benz Leasing	(5) 267 01 00	Preguntar por el número de extensión	3° y 4°
Daimler-Benz Aerospace México	(5) 267 01 03	(5) 267 01 05	5°

Dirección en Internet: <http://www.daimler-benz.com>

Capítulo V. Conclusiones

5.1. Conclusiones

El análisis de los antecedentes, objetivos y disposiciones del TLCAN referentes a la inversión extranjera en la industria fabricante de vehículos de autotransporte, la exportación e importación de vehículos de autotransporte, y los niveles de empleo de la industria, muestra que las disposiciones del TLCAN reflejan los intereses que tenían las partes involucradas en la negociación del Tratado sobre cada uno de estos tres aspectos. Por ello, las disposiciones del Tratado referentes a la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México tienen por objeto (i) el desarrollo y apertura del mercado interno mexicano, (ii) la obtención de un acceso abierto y estable a los mercados de Estados Unidos y Canadá para los vehículos de autotransporte provenientes de México, (iii) la eliminación de las restricciones a la inversión extranjera en México, y (iv) la creación de empleos en México. El análisis del desempeño de la industria entre 1993 y 1996 respecto a cada uno de esos objetivos del TLCAN permite establecer las siguientes conclusiones:

1. En cuanto al desarrollo y apertura del mercado interno mexicano, el análisis del desempeño de la industria fabricante de vehículos de autotransporte muestra que el mercado nacional constituye el mercado principal de los vehículos producidos por la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. En consecuencia, el éxito del TLCAN en México requiere de estrategias y políticas económicas que estimulen el mercado nacional de vehículos de autotransporte y que eviten crisis tan severas en el mercado nacional como la ocurrida en diciembre de 1994, ya que el comportamiento del mercado nacional de vehículos de autotransporte está íntimamente relacionado al comportamiento de las principales variables de la economía mexicana.

- 2. Los principales efectos de la crisis económica mexicana de 1994 en la industria fabricante de vehículos de autotransporte en 1995, fueron una considerable baja del nivel de ventas en el mercado nacional, que trajo como consecuencia una drástica disminución en el nivel de empleo y de eficiencia de cada empresa de la industria. Aunque la devaluación del peso frente al dólar hizo más competitivas las exportaciones mexicanas de vehículos de autotransporte, el importante aumento de las exportaciones de la industria en 1995 y 1996 no compensó ni la caída de las ventas en el mercado nacional, ni la caída del nivel de empleo, y tampoco la caída del nivel de eficiencia de la industria durante esos años. Si se considera que el desarrollo del mercado nacional, la creación de empleos y el aumento de la eficiencia de las empresas eran algunos de los objetivos que México se planteó con la negociación del TLCAN, entonces resulta evidente que las consecuencias de los problemas económicos de México en 1994 impidieron cumplir en 1995 y 1996 con esos objetivos que México se planteó en la negociación del TLCAN. En consecuencia, se considera que si el TLCAN fue negociado bajo una perspectiva de crecimiento de la economía mexicana a partir de la entrada en vigor del Tratado y esa perspectiva se vio seriamente afectada por la realidad económica de México en 1995, las disposiciones del TLCAN deberían de revisarse y ajustarse a las perspectivas de crecimiento económico que tiene la economía mexicana en 1997.**
- 3. En lo referente a la obtención de un acceso abierto y estable a los mercados de Estados Unidos y Canadá para los vehículos de autotransporte provenientes de México, las exportaciones al mercado estadounidense en 1995 y 1996, y el aumento que tuvieron las exportaciones a ese país en 1996 con respecto a 1995, son una clara muestra de que los mecanismos establecidos en el TLCAN funcionaron de manera correcta y facilitaron las exportaciones hacia Estados Unidos. Sin embargo, el hecho de que en 1993 y 1994 no haya habido exportaciones a Estados Unidos y de que de las cinco empresas que habían exportado a Estados Unidos en 1995, sólo dos continuaran con sus exportaciones a ese país en 1996, muestra que entre 1993 y 1996, las exportaciones a Estados Unidos no**

respondieron a una estrategia permanente de exportación del conjunto de empresas que integran la industria fabricante de vehículos de autotransporte establecida en México. De hecho, el comportamiento del total de las exportaciones de la industria entre 1993 y 1996 muestra que las ventas de exportación sólo tienden a aumentar cuando las ventas en el mercado nacional se reducen. En relación con las exportaciones de vehículos de autotransporte realizadas directamente de México a Canadá, las estadísticas de la ANPACT muestran que ninguna empresa establecida en México exportó vehículos de autotransporte a ese país entre 1993 y 1996.

4. Con respecto a la eliminación de las restricciones a la inversión extranjera en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México, el análisis de la legislación referente a la inversión extranjera en México muestra que las restricciones a la inversión extranjera en las empresas fabricantes de vehículos de autotransporte establecidas en México habían sido eliminadas incluso antes de la entrada en vigor del TLCAN. En cuanto al análisis del comportamiento de la inversión extranjera en la industria, no fue posible conocer el monto preciso de la inversión realizada por cada una de las empresas extranjeras establecidas en México debido a las disposiciones legales vigentes. Sin embargo, del análisis de la participación de mercado de las empresas extranjeras y mexicanas con respecto al gran total de ventas de la industria fabricante de vehículos de autotransporte entre 1993 y 1996, destacan dos aspectos. Por una parte, entre 1993 y 1996 hubo un aumento del número de empresas extranjeras que estuvo acompañado por una disminución del número de empresas mexicanas. Por otra parte, de manera paralela al fenómeno antes descrito, hubo un aumento de la participación de mercado del conjunto de empresas extranjeras y una consecuente disminución de la participación de mercado de las empresas mexicanas. Finalmente, cabe destacar el hecho de que la eliminación de las restricciones a la inversión extranjera en México permitió que los mayores fabricantes de vehículos de autotransporte a nivel mundial se instalaran en México y en 1997 ya se encuentran compitiendo en el mercado nacional.

5. Por último, sólo queda señalar que el aumento de la competitividad en la industria y la regionalización del mercado de vehículos de autotransporte en América del Norte han originado que la mayor parte de las empresas de la industria adopten estrategias cuyo objetivo es que la misma tecnología, productos y servicios estén disponibles uniformemente en cada uno de los países miembros del TLCAN. La estandarización de la tecnología y servicios disponibles en los países miembros del Tratado está acompañada de la estandarización de las normas sobre emisiones contaminantes, pesos y dimensiones, y seguridad con las que deben cumplir los fabricantes de vehículos de autotransporte en los tres países miembros del Tratado. En consecuencia, la adhesión de nuevos países al TLCAN seguramente también estará acompañada de un proceso de estandarización de tecnología, productos, servicios y normas en los países de América Central y Sudamérica que en un futuro se incorporen al TLCAN.

Glosario de abreviaturas

ANPACT	=	Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones
CPP	=	Costo Porcentual Promedio
DDF	=	Departamento del Distrito Federal
DOF	=	Diario Oficial de la Federación
Dólares US	=	Dólares estadounidenses
GTV	=	Gran Total de Ventas
ICC	=	Interstate Commerce Commission (Comisión Interestatal de Comercio de Estados Unidos de América)
IED	=	Inversión Extranjera Directa
IVA	=	Impuesto al Valor Agregado
mdd US	=	Millones de dólares estadounidenses
mmdd US	=	Miles de millones de dólares estadounidenses
MN	=	Mercado nacional
n.d.	=	Dato no disponible
PBV	=	Peso Bruto Vehicular
PIB	=	Producto Interno Bruto
SECOFI	=	Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
SCT	=	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
TLCAN	=	Tratado de Libre Comercio de América del Norte

Bibliografía

Libros

- ANPACT. La industria fabricante de vehículos de autotransporte. Información y estadísticas 1990-1996. México, 1997, 256 págs.
- EDEN, Lorraine; MOLOT, Maureen Appel. "Continentalizing the North American Auto Industry", The Political Economy of North American Free Trade. USA, 1994, p. 297-313.
- FERNÁNDEZ P., Manuel. "Regulaciones en Materia Automotriz", Lo negociado del TLC. p. 95-125.
- GRUPO FINANCIERO BANCOMER. "Transporte. Análisis Sectorial", Informe Económico. México, febrero de 1996, págs. 35-44.
- GRUPO FINANCIERO SERFÍN (GFS). Anuario Sectorial 1996. Dirección Ejecutiva de Análisis Económico y Bursátil, GFS, México, diciembre de 1995.
- IBARRA YUNEZ, Alejandro. Los Bloques Económicos y su Impacto en México. Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF), México, 1990, 122 p.
- LELO DE LARREA, Elizabeth; STRAUSS, Pola; SÁNCHEZ, Sergio. México en el mercado automotriz norteamericano. México y el Tratado Trilateral de Libre Comercio. Impacto Sectorial. México, ITAM y McGraw-Hill, 1992.
- LOYOLA A., J. Antonio; SCHETTINO Y., Macario. Estrategia Empresarial en una Economía Global. Grupo Editorial Iberoamérica e IMEF, México, 1994, 258 p.
- THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT. Mexico: Country Forecast, Main Report. London, U.K., The Economist Intelligence Unit, 1st quarter 1997, 29 p.
- WOMACK, James P. "Integración del Sector Automotriz en América del Norte. Lógica y Consecuencias", México ante el Libre Comercio con América del Norte. México, El Colegio de México y Universidad Tecnológica de México, 1a ed. 1991.

- ZAMBRANO, Enrique. "Oportunidades de exportación de la industria automotriz mexicana", México ante el Libre Comercio con América del Norte, México, Editado por El Colegio de México y la Universidad Tecnológica de México, 1a ed. 1991.

Publicaciones Gubernamentales

- GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, Ministère des Affaires Internationales. Le Québec et l'Accord de libre-échange nord-américain, Québec, 1993. 96 p.
- SECOFI, Poder Ejecutivo. Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte, Diario Oficial de la Federación, lunes 11 de diciembre de 1989, pp. 11-16.
- SECOFI, "Tratado de Libre Comercio en América del Norte. Sector Automotriz. Monografía núm. 10", México, SECOFI, 1991, 38 p.
- SECOFI, Townsends Trade Strategies INC, Gowling, Strathy & Henderson. Mexique-Canada. Une nouvelle ère de relations, Marzo de 1993, 92 p.
- SECOFI. Marco Jurídico y Administrativo de la Inversión Extranjera Directa en México, Serie Inversión Extranjera, Cuadernos SECOFI, Comité Editorial de la SECOFI. ISBN 968-802-201-2, la publicación no tiene fecha de edición.
- SECOFI. Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Tomo II, pg. 144.
- SECOFI, "Resumen del Contenido del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, elaborado por los gobiernos de los Estados Unidos Mexicanos, Canadá y los Estados Unidos de América", Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos, México, SECOFI, 1992, 58 p.
- Acuerdo que Establece Reglas de Aplicación del Decreto para el Fomento y Modernización de la Industria Manufacturera de Vehículos de Autotransporte, Diario Oficial de la Federación, 30 de noviembre de 1990.

- Code of Federal Regulations 40, Part 86, subparts I and N, revised July 1990, USA. (Código Federal de Regulaciones, Parte 86, subparte I y N, revisado en julio de 1990, Estados Unidos de América).

Internet

- DAIMLER-BENZ AG. <http://www.daimler-benz.com>
- FREIGHTLINER CORPORATION, Boletín de Prensa del 8 de enero de 1997. <http://www.freightlinertrucks.com/news/press/mexpcdc.html>
- FREIGHTLINER CORPORATION. <http://www.freightlinertrucks.com/company/overview.html>
- HOFFMAN, Kenneth R. Truck Transportation Service Between the United States and Mexico Under NAFTA. Hoffman & Stephens, P. C., Austin, Texas, <http://www.nafta.net/tradelaw/nafrukg.htm>, Last updated 12/14/95
- KENWORTH TRUCK COMPANY. Kenworth History, <http://www.kenworth.com/kw/pages/history.htm>
- MEXICANA DE AUTOBUSES, Perfil de la empresa, <http://masa.web.com.mx>
- NAVISTAR INTERNATIONAL CORP. Navistar Press Releases, February 12, 1996, <http://www.navistar.com/corp/releases/pr212.html>
- PACCAR INC. History of Paccar Inc., <http://www.kenworth.com/corp/history.htm>
- SCANIA. Scania's Company history, http://www.scania.se/aboutus/7_company/au_histo.htm
- SCANIA. Scania's Business areas, www.scania.se/aboutus/2_business/au_areas.htm
- GRUPO INDUSTRIAL RAMÍREZ. <http://www.cintermex.org.mx/hotpages/gruporamirezi/>
<http://www.pixel.com.mx/info-gral/info-nl/entidad/grupos.html>

Publicaciones Corporativas

- **AB VOLVO, PUBLIC AND INVESTOR RELATIONS. A Corporate Presentation, Göteborg, 1996, 22 págs.**
- **VOLVO TRUCK CORPORATION. Memoria Anual 1995, Göteborg, 1996, 9 págs.**

Periódicos

- **ALIANZA AUTOMOTRIZ. "Acrocab, exitoso lanzamiento de Kenworth Mexicana", Alianza Automotriz, Año 12, Núm. 217, marzo de 1997, Suplemento especial, pg. A-C.**
- **AUTO NOTICIAS. "Volvo es ahora una opción muy atractiva para los transportistas mexicanos. Los Tractocamiones Volvo serán ensamblados por General Motors en México", Auto Noticias, octubre de 1996, Número 2019, págs. 17 y 22.**
- **BALLINAS, Víctor. "Rentaría Dina autobuses a transportistas del DF", La Jornada, 19 de febrero de 1996.**
- **CELIS E., Darío. "Ford amplía su oferta de vehículos exportando más a Estados Unidos", El Financiero, jueves 10 de febrero de 1994, pg. 16.**
- **CELIS E., Darío. "Dina invertirá con Fiat 350 mdd para producir autos", El Financiero, jueves 15 de septiembre de 1994, pg. 18.**
- **CELIS E., Darío. "Navistar incumple el Decreto", Corporativo, El Financiero, miércoles 31 de enero de 1996, pg. 18.**
- **CELIS E., Darío. "Corporativo", El Financiero, viernes 7 de marzo de 1997, pg. 20.**
- **DURÁN, José Antonio. "Nace Mercedes-Benz Omnibuses México", El Financiero, lunes 10 de enero de 1994, p. 6A.**
- **DURÁN, José Antonio. "Invierte 120 mdd Omnibus de México para renovar su flota vehicular", El Financiero, jueves 4 de agosto de 1994, pg. 8A.**

- DURÁN, José Antonio. "Autotips", El Financiero, jueves 14 de diciembre de 1995, pg. 3A.
- DURÁN, José Antonio. "Importantes negociaciones en el segmento de camiones pesados", El Financiero, jueves 21 de diciembre de 1995, pg 2A
- DURÁN, José Antonio. "La firma automotriz Mack podría abastecer de tecnología a Dina", jueves 25 de enero de 1996, El Financiero, Automotriz, pg. 2A.
- DURÁN, José Antonio. "Confirmado, Carlos Hank Rhon vendió sus acciones de Mercedes-Benz", El Financiero, jueves 25 de enero de 1996, p. 2A.
- DURÁN, José Antonio. "Reafirma Mercedes-Benz su presencia en México con la compra de acciones a Carlos Hank Rhon. Oscar Espinosa reunió a fabricantes y líderes transportistas", El Financiero, lunes 29 de enero de 1996, Autotips, p. 21A.
- DURÁN, José Antonio. "Navistar planea vender 40.6 mdd este año en México", El Financiero, jueves 2 de mayo de 1996, Automotriz, pg. 18A.
- DURÁN, José Antonio. "Volvo venderá autobuses integrales en México", El Financiero, lunes 27 de mayo de 1996, pg 5A
- DURÁN, José Antonio. "Crecieron 116.8% las ventas de vehículos pesados", El Financiero, jueves 12 de junio de 1996, p. 2A.
- DURÁN, José Antonio. "Kenworth Mexicana aumentará su producción de vehículos", El Financiero, jueves 13 de junio de 1996, pg 27A.
- DURÁN, José Antonio. "Continúan las fricciones entre Dina y Navistar", El Financiero, lunes 8 de julio de 1996, pg. 24A.
- DURÁN, José Antonio. "Mexicana de Autobuses, automotriz rentable con inversiones y ventas al gobierno", El Financiero, lunes 15 de julio de 1996, Automotriz, pg. 16A.
- DURÁN, José Antonio. "Requieren transportistas 2500 mdp anuales para la renovación de vehículos", El Financiero, lunes 29 de julio de 1996, Autotips, p. 16A.
- DURÁN, José Antonio. "Scania, único productor en México que da garantía completa del vehículo", El Financiero, lunes 26 de agosto de 1996, pg. 22A

- DURÁN, José Antonio. "Mercedes-Benz México quiso comprar a Mexicana de Autobuses", El Financiero, jueves 19 de septiembre de 1996, p. 3A.
- DURÁN, José Antonio. "Se requieren 1.5 mil mdd para comprar 15,000 autobuses en la Ciudad de México", El Financiero, lunes 30 de septiembre de 1996, Autotips, p. 28A.
- DURÁN, José Antonio. "Mercedes-Benz se lanza con todo. ¿O Freightliner?", "El Financiero", jueves 3 de octubre de 1996, Automotriz, pg. 12A.
- DURÁN, José Antonio. "Kenworth Mexicana cambiará el diseño a sus vehículos", El Financiero, lunes 7 de octubre de 1996.
- DURÁN, José Antonio. "Invertirá Navistar International Corp. 167 mdd en México durante los próximos 17 meses", El Financiero, lunes 21 de octubre de 1996.
- DURÁN, José Antonio. "Autotips", El Financiero, jueves 31 de octubre de 1996, pg. 7A.
- DURÁN, José Antonio. "Autotips", El Financiero, jueves 21 de noviembre de 1996, pg. 10A.
- INDICADOR AUTOMOTRIZ. "Thomas Built Buses avanza con seguridad", Indicador Automotriz, febrero de 1997, Año IV, Núm. 40, pg. 17.
- MAYORAL J., Isabel. "Viraje en la estrategia de negocios de Dina", El Financiero, lunes 12 de agosto de 1996, pg. 17.
- MÉXICO AUTOMOTRIZ. "Adquiere Freightliner la línea de camiones pesados de Ford", México Automotriz, Año XX, No. 281, marzo de 1997, p.3 y 4.
- OSTERROTH L., María de Jesús. "Abre Mercedes-Benz una arrendadora financiera", El Financiero, sábado 24 de febrero de 1996, Economía, pg. 5.
- ROY O., Rogelio. "Camionera Tapatía de Navistar-International, para todo el Estado de Jalisco", México Automotriz, febrero de 1997, pg. 10 y 11.
- SALGADO B., Dante. "Primera piedra. Navistar empieza a tomar forma", Indicador Automotriz, febrero de 1997, pg. 15.