



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

FACULTAD DE ECONOMÍA

**ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA  
AUTOMOTRIZ EN MÉXICO Y LA RAMA DE  
AUTOPARTES EN EL PERÍODO DE 1995-2006:  
EL CASO DE 10 DISTRIBUIDORAS DE  
AUTOPARTES DE LA DELEGACIÓN BENITO  
JUÁREZ Y SU ESTRATEGIA COMPETITIVA  
Y DE COMERCIALIZACIÓN.**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**PRESENTA:  
MONDRAGÓN ALMERALLA JOSÉ LUIS MARCOS**

**DIRECTOR DE TESIS:  
LIC. ERICK ABRAHAM CORREA MONTEJO**



CUIDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE DEL 2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## ÍNDICE.

	Pág.
<b>1. Introducción</b>	
Justificación	3
Problemática	4
<b>2. Objetivo</b>	6
<b>3. Hipótesis</b>	8
<b>4. Metodología</b>	10
<b>5. Marco de referencia:</b>	
<b>La Competitividad motor para el desarrollo empresarial.</b>	
5.1 Concepto de competitividad	12
5.2 La competitividad en la historia económica	12
5.3 El debate contemporáneo de la competitividad.	16
5.4 La competitividad como estrategia empresarial.	18
5.5 La calidad total como estrategia clave de la competitividad	20
5.6 Michael Porter y la competitividad.	21
<b>6. Evolución de la industria automotriz en México</b>	
6.1 Antecedentes históricos de la industria automotriz.	31
6.2 La industria automotriz a nivel mundial.	35
6.3 Evolución de la industria automotriz en México	40
6.3.1 El sector ante la apertura comercial.	75
6.3.2 La fase de transición del TLCAN	80
<b>7. El sector de autopartes en México.</b>	
7.1 La fase de las ensambladoras	88
7.2 El sector de autopartes en México.	95
<b>8. Distribuidoras de autopartes en la Delegación Benito Juárez.</b>	
8.1 Reseña de la Delegación Benito Juárez.	108
8.2 La competitividad del empresario.	110
8.2.1 La competitividad de las empresas de autopartes.	112
8.3 Entrevistas.	115
<b>9. Conclusiones y recomendaciones.</b>	124
<b>10. Anexos.</b>	129

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Justificación

En los últimos años el mundo se ha transformado al pasar de economías cerradas a economías abiertas con una intensa competencia, disminuyendo las barreras entre países; desarrollándose con más vigor la actividad comercial en busca del consumidor. En el mundo globalizado la competencia de quienes tienen las empresas, ha obligado a las organizaciones a localizar relaciones más benéficas y duraderas que les permitan elevar la competitividad y así apoyar el crecimiento dentro del libre comercio.

En la industria automotriz y el sector de autopartes ha sido una de las más beneficiadas y más dinámicas con la economía globalizada y una de las más importantes, por su estructura industrial manufacturera en los escenarios capitalistas desarrollados del siglo XX considerando para ello sus ramificaciones y conexiones con el conjunto económico.

Dentro de estas conexiones y ramificaciones podemos encontrar a las empresas refaccionarias que resultan ser un eslabón del consumidor para operar eficientemente sus unidades móviles o automóviles.

La industria automotriz en México siempre ha ocupado un lugar importante en el desarrollo del país. Desde finales de los veinte y principios de los treinta su participación fue importante creadora de empleo y evolución del mercado interno. Esta importancia se reflejó en los decretos de 1962 y 1969 en los que la industria terminal contraía las obligaciones de incluir en los vehículos automotrices, determinadas autopartes fabricadas en México y de la exportación de las mismas para obtener un balance comercial de las que se importaban.

De esta forma nació el sector de autopartes en México, que con la entrada del país al GATT en 1986, fue de los pocos sectores que realmente tenían experiencia en la exportación de productos. Para los noventa y la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América Del Norte, el sector autopartes reaccionó a la dinámica de demanda de autopartes buscando nichos de mercado en los que pudiera ser competitivo.

Con el mismo efecto de la apertura comercial y la entrada de otras marcas automotrices al mercado mexicano, las propias refaccionarias tuvieron que decidir las marcas por atender y los proveedores, nacionales y extranjeros, que participarían con ellos tomando en consideración abastecimiento y precio para ser competitivas

De esta forma el mercado de las refaccionarias se hizo más grande, más competitivo y especializado.

## 1.2 Problemática.

De acuerdo a la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) para el año de 2007, existen en México 38 marcas de automóviles y camiones ligeros. Estas marcas agrupan 256 modelos diferentes de vehículos que a su vez se conforman de 653 versiones diferentes de automóviles y camionetas. La gama de autopartes y refacciones para cubrir las necesidades para esta cantidad de parque vehicular ha ido en crecimiento año con año.

Tan sólo en la zona metropolitana del valle de México se tiene una masa de cerca de 3.5 millones de vehículos (autos, autobuses, camiones, camionetas, motocicletas) que requieren, periódicamente de la atención de las refaccionarias a través de los talleres que proporcionan el servicio de mantenimiento, para que éstos funcionen bien y no contaminen.

Por lo anterior, el mercado de las refacciones día a día es más atomizado con mayor vigor y las empresas fabricantes de autopartes tratan de participar y competir en diversos mercados. Sin embargo las refaccionarias poco o nada se han capacitado en conocer el mercado de autopartes y únicamente funcionan por su demanda habitual. En el caso de las marcas tradicionales (Ford, Chevrolet y Chrysler) se tienen problemas para conseguir refacciones de sus submarcas como es el caso del Fiesta, Optra y Attitude.

Dentro de los automotores podemos mencionar, que todo vehículo está dividido en subsistemas de funcionamiento, lo que conlleva a dividir las refacciones y componentes en estos mismos subsistemas como son: carrocería, sistema hidráulico, sistema de suspensión, sistema eléctrico, sistema de emisiones de gases, sistema de afinación y mecánico.

En el sector especialmente se sufre de un retraso de capacitación y servicio principalmente, en las refaccionarias de las empresas de marca, ya que es en donde se observa la mayor falta de conocimiento y abastecimiento de refacciones para los autos de su propia marca que dicen vender.

Esto provoca que las autopartes se consigan en refaccionarias que no son de las de marca o en su defecto, en el giro negro en donde su precio es mas bajo. Por lo regular no existe compromiso por parte de los trabajadores de las refaccionarias en conocer más a fondo los productos que se deben vender en el negocio.

Muchas de estas refaccionarias no cuentan con un plan de capacitación, el motivo es por que la mayoría son pequeñas refaccionarias, las piezas son muy fácil es de conocer, desinterés de los trabajadores, falta de tiempo, no quieren los patrones pagar un curso, etc. y la única capacitación que tienen es con los clientes cuando llegan y les van solicitando las refacciones que estos necesitan. Lo que hace que su competitividad sea baja por que no basta con tener el conocimiento sino se tiene que capacitar porque diario salen más partes y autos nuevos.

## **2. OBJETIVO**

## **2. Objetivo.**

Analizar las tendencias recientes de la industria automotriz y de la rama de autopartes en México, así como conocer las expectativas de competencia y los aspectos comerciales de las empresas distribuidoras de refacciones en la Delegación Benito Juárez en el Distrito Federal.

## **3. HIPÓTESIS**

### **3. Hipótesis.**

Las empresas distribuidoras de autopartes, comúnmente llamadas refaccionarias, para mantenerse operando se mantienen enteradas de la situación de la industria automotriz y de la rama de autopartes como parte de su estrategia de especialización y de esta forma ser más competitivas moviéndose sólo por la demanda de los consumidores a determinadas autopartes para ciertas marcas de carros y sistemas automotrices.

## **4. METODOLOGÍA**

#### 4. Metodología.

El presente trabajo se dividió en cuatro partes en donde la primera corresponde a la introducción que incluye:

- a. Justificación.
- b. Problemática.
- c. Objetivo.
- d. Hipótesis.

La segunda parte corresponde al marco referencia y está dividido en:

- e. El debate sobre la competitividad.
- f. Índice del desempeño de la competitividad.
- g. El entorno internacional de la competitividad.
- h. El entorno nacional de la competitividad.

Tercera parte incluye el desarrollo de tema:

- i. Evolución de la industria automotriz en México industria automotriz in
- j. La rama de autopartes en México
- k. Las empresas distribuidoras en la Delegación Benito Juárez
- l. Conclusiones.

La metodología que se utilizó para el trabajo consistió en investigación bibliográfica,, cuestionario para entrevistas y consulta de datos por Internet.

- i. Revisión y análisis de la bibliografía sobre la competitividad.
- ii. Revisión y análisis de la bibliografía sobre la industria automotriz, tanto internacional como en México.
- iii. Revisión y análisis de bibliografía sobre la rama de autopartes.
- iv. Consulta de páginas electrónicas sobre el tema.
- v. Aplicación de una entrevista.

# **5. MARCO DE REFERENCIA**

**5. MARCO DE REFERENCIA  
LA COMPETITIVIDAD: MOTOR PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL.**

## 5.1 El concepto de la competitividad.

La competitividad se define como “la capacidad de cualquier organización, política o privada, para preservar en forma ordenada y precisa ventajas comparativas que le permiten alcanzar, mantener y desarrollar determinada posición en el entorno social y económico”<sup>(1)</sup>.

La competitividad no es producto de una casualidad tampoco surge espontáneamente, nace a través de un largo proceso de enseñanzas y negociación con grupos colectivos representativos que configuran la dinámica y la conducta organizativa en cualquier actividad que realiza.

Para entrar en debate sobre la competitividad necesitamos definir ¿qué es la competitividad?

La competitividad para la Academia de la Lengua Española: “Es la capacidad de competir entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa con legítima igualdad”.

Hablando de la competitividad económica, el diccionario la define como “la capacidad que tiene un bloque, país, o empresa para producir bienes o servicios capaces de competir (vender) con éxito en cualquier parte del mundo, en competencia directa con los mejores competidores del mundo”<sup>(2)</sup>.

La competitividad en la administración de empresas: “Es una expresión para comparar la columna de costos del proceso de producción, principalmente mano de obra y materias primas, tecnología, diferenciación de productos y tamaño del mercado entre otros factores, un productor a diferencia de otros productores internos o externos de productos con igual calidad”<sup>(3)</sup>.

Estos conceptos tienen una continua orientación hacia el entorno a una actitud estratégica.

La competitividad nos hace reflexionar sobre la idea de precios, costo y calidad con característica de eficiencia y eficacia de la organización.

## 5.2. La competitividad en la historia económica.

El Mercantilismo.

Se consideran mercantilistas aquellos que identificaron la riqueza nacional y el volumen de las especies en circulación, para otros lo son aquellos que proclaman la necesidad de auto supervivencia nacional y mantienen la xenofobia contra los mercaderes y los productos extranjeros.

---

1 Revista PYME “Políticas para la competitividad” Mayo 2007 pp.58

2 Diccionario: Economía y Empresa

3 Diccionario de términos más usuales en la administración

“El mercantilismo fue una empresa de poderío monárquico y fue un sistema de producción de riqueza y no de distribución. La monarquía firmó su alianza temporal e interesada con las clases poseedoras en su origen”<sup>(4)</sup>.

La idea de la acumulación de riqueza por medio de metales preciosos que latió en todos los corazones de los europeos, el hombre mercantilista ya no es de la edad media, que pasa a la rebeldía y al genio de un Miguel Ángel. Los países dejan de hablar en latín, los seres humanos se aportan entre sí, surge el nacionalismo y las lenguas vernáculas.

El mercantilismo sostenía que la riqueza de un país se medía por sus tenencias de tesoro, los países deben exportar más que importan y, si tienen éxito, recibir oro de los países que operan con déficit.

El oro otorgaba poder a los gobiernos centrales, que lo invertían en ejércitos e instituciones nacionales. Estos estados-nación buscan consolidar las lealtades primarias del pueblo a la nueva nación y disminuir sus lazos con unidades tradicionales como los estados-ciudad, las religiones y los gremios.

“Para exportar mas de lo que importaban, los gobiernos impusieron restricciones a la mayoría de las importaciones y subsidiaron la manufactura de muchos productos que, de otro modo, no podrían haber competido en los mercados domésticos o de exportación.

Lo que el mercado mercantilista buscaba era beneficiar a las potencias coloniales. Y parte de la terminología de la era del mercantilismo ha perdurado. Por ejemplo un saldo comercial favorable todavía indica que un país exporta más de lo que importa; un saldo comercial desfavorable indica lo opuesto, lo que se conoce como déficit.

Y por lo tanto un país que practica el neomercantilismo trata de operar con un excedente de exportaciones para lograr un objetivo social o político”<sup>(5)</sup>.

En 1876, el economista ingles Adam Smith cuestionó el supuesto mercantilista en el cual dijo, la riqueza real de un país consiste en los bienes y servicios disponibles para sus ciudadanos. Desarrolló la Economía Clásica: Adam Smith teoría de la ventaja natural.

Algunos países producen ciertos bienes con mayor eficiencia que otros, la eficiencia global se puede incrementar a través del libre comercio.

---

4.Peyon Pierre “Los orígenes de la Europa Moderna el mercantilismo”

Ed: Ediciones de Bolsillo pp. 61-63

5.Armando Herrerías “Mercantilismo: Bibliografía de una tendencia” Ed: Limusa  
1974 pp.31-32

Cuestionó que los ciudadanos de un país deben de comprar los bienes producidos domésticamente cuando pueden adquirirlos mas baratos en el extranjero.

Si el comercio no estuviera restringido, cada país se especializaría en los productos que le dieran una ventaja competitiva. Y a través de ésta se podría aumentar su eficiencia debido a tres razones:

- 1.La mano de obra adquiriría mayor destreza mediante la repetición de las tareas.
- 2.Los trabajadores no perderían tiempo cambiando de la manufactura de un tipo de producto a otro.
- 3.Las largas series de producción proporcionarían incentivos para el desarrollo de métodos de trabajo más eficientes.

Según Smith, la riqueza de un país se basa en sus bienes y servicios disponibles más que en el oro.

Ventaja natural.

Un país puede tener una ventaja natural para elaborar un producto debido a sus condiciones climáticas, su acceso a ciertos recursos naturales o a la disponibilidad de determinadas fuerzas laborales.

Ningún país es lo suficientemente grande o rico en recursos naturales como para ser independiente del resto del mundo.

“Las variaciones de las ventajas naturales entre países también ayudan a mostrar en cuáles se podrían elaborar ciertos productos manufacturados o procesados, en particular si las empresas pueden reducir los costos de transportación procesando un producto agrícola o un recurso natural de exportarlo. La ventaja natural implica al clima, los recursos naturales y la disponibilidad de la fuerza laboral”<sup>(6)</sup>.

Ventaja adquirida.

Los países que producen bienes y servicios manufacturados de manera competitiva tienen una ventaja adquirida, generalmente en una tecnología de producto o de proceso. Por ejemplo la ventaja de la tecnología de productos es que permite a un país elaborar un producto único que se distinga fácilmente de los manufacturados por sus competidores.

Los cambios tecnológicos rápidos han creado nuevos productos, desplazando a los viejos y modificando las relaciones entre los socios comerciales.

---

6. John D. Daniels, Lee h. Rade Baugh. “Negocios Internacionales” capítulo 5 Teoría del comercio internacional. Ed: Mac Grow Hill. P. 143-447

Como por ejemplo: los primeros automóviles, fabricados a mano, llegaban sólo a los mercados élite, pero una sucesión de innovaciones en las que la manufactura (desde las líneas de ensamble hasta la robótica) han permitido que los automóviles alcancen un mercado masivo que se amplía cada vez más.

Como la mayoría de los adelantos tecnológicos han surgido de los países más industrializados, las empresas de estos países controlan una mayor parte del comercio y de la inversión en manufactura, la cual constituye el sector de principal crecimiento. Por consiguiente, muchos países pobres han tenido una participación proporcionalmente menor del comercio internacional.

David Ricardo.

En 1827, David Ricardo amplió la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith para desarrollar la teoría de la ventaja comparativa. Ricardo dijo que “todavía puede haber ganancias de eficiencias globales provenientes del comercio si un país se especializa en

aquellos productos que pueden producir con mayor eficiencia otros productos, sin importar si otros países pueden producir los mismos productos en forma aún más eficiente.

Un país obtendrá más ganancias si concentra sus recursos en producir los bienes que puede elaborar con mayor eficiencia e intercambia esos productos por los que ha dejado de producir. Las ganancias provenientes del comercio se darán incluso en un país que tenga una ventaja absoluta en todos los productos por que el país debe de renunciar a una producción menos eficiente para elaborar una producción mas eficiente" (7).

Dentro de la Escuela Clásica "Se considera a Adam Smith, David Ricardo y Thomas Robert Maltus como economistas clásicos por el impacto que han tenido todos ellos en la construcción de la ciencia económica, por la orientación que da el objeto de estudio y su método por que constituye una línea de separación importante en la evolución del pensamiento económico"(8).

En la economía escocesa Adam Smith establece que la competitividad no es más que la división de la mano de obra. La divide en: mano de obra simple y mano de obra compuesta, como los principales factores que hace competitivo a un país a nivel internacional así como interiormente.

¿Qué es la mano de obra simple?

Adam Smith explica que son las facultades productivas del trabajo (llámese mano de obra), en gran parte de la aptitud, destreza y sensatez que nos llevan a las consecuencias de la división del trabajo.

---

7. John D. Daniels, Lee h. Rade Baugh. "Negocios Internacionales" capitulo 5 Teoría del comercio internacional. Ed: Mac Grow Hill. P. 143-447

8. Gustavo Vargas Sánchez "Introducción a la teoría económica" México año 2002 Ed: Prentice Hall pp. 63

¿Qué es la mano de obra compuesta?

Es la división del trabajo en la que tantas ventajas tiene no es en su origen efecto de la sabiduría humana que prevé y propone alcanzar aquellas general opulencia que de él se deriva esta propensión que sólo se encuentra en el hombre.

Las ventajas de la división del trabajo tienen tres circunstancias diversas:

1. El progreso y la destreza del obrero que incrementa la cantidad de trabajo que puede realizar.
2. La ventaja que se obtiene al ahorrar tiempo que se pierde al pasar de un proceso al otro, éste es mayor de lo que a primera vista pudiera parecer.
3. Y por último tenemos cuanto se facilita el trabajo si se emplea la maquinaria adecuada.

"El trabajo no debe ser objeto de subdivisión ni reduce la simplicidad de operación, mas sin embargo la división del trabajo en cuanto se aplica ocasiona el arte de un aumento proporcional en las facultades productivas del trabajo.

Esta separación se produce generalmente con amplitud en aquellos países que han alcanzado un nivel más alto de laboriosidad y progreso pues generalmente es una obra de mucho en una sociedad culta, lo que hace solo en un estado de atraso<sup>(9)</sup>.

Para la Escuela Neoclásica en forma paralela, es “un conjunto de pensadores que refutan diferentes principios de la escuela clásica respecto a los conceptos de valor, riqueza, precio y ganancia, para desarrollar los propios. Este grupo conformó la denominada escuela neoclásica que constituyó una nueva teoría del valor. También se le llamó los marginalistas<sup>(10)</sup>”.

### 5.3. El debate contemporáneo de la competitividad.

La competitividad es una de las variables socioeconómicas fundamentales para entender la dinámica de empleo, producción, comercio y las relaciones ínter empresa, así como sus efectos territoriales y la forma dinámica con la microeconomía, entre otras.

La competitividad está de moda, pues diferentes instituciones empresas y corrientes teóricas están de acuerdo en su relevancia y en la importancia de apoyar a las empresas y territorios para mejorarla, sin embargo en la realidad existe un importante debate respecto a su comprensión la cual tiene implicaciones en la formulación de propuestas de políticas para el fomento a la competitividad.

---

9. Smith Adam investigación sobre la naturaleza de la riqueza de las naciones editorial: Fondo de cultura económica México 1982 pp. 9.

10. Gustavo Vargas Sánchez “Introducción a la teoría económica” México año 2002 Ed: Prentice Hall pp. 63

Los humanos han evolucionado y el concepto de competitividad también lo ha hecho, ésta se logra a través de un largo aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la conducta organizativa, como la accionista, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado.

“El modelo de comercio internacional desarrollado por el economista británico David Ricardo que introdujo el concepto de ventaja comparativa que es la producción de un bien, si el coste de oportunidad de producción de este término de otros bienes en este país de lo que en otros países a principios del siglo XIX<sup>(11)</sup>. Este modelo se conoce como *Modelo Ricardiano*.

El tratado de libre comercio es sólo benéfico si tu país es suficientemente productivo para resistir la competencia internacional, recordando que las ganancias del comercio depende de la *ventaja comparativa* y no de la *ventaja absoluta*.

La obra de Michael Porter (Porter 1990). La ventaja competitiva de las naciones, debate de la ventaja que lleva un nivel internacional más que con Adam Smith, “Porter define la competitividad como las ventajas competitivas mediante un diamante dinámico integrado por condiciones de oferta y demanda de una estructura de las propias empresas y regiones y su entorno así como las relaciones con sus proveedores y clientes, el concepto de competitividad particularmente de empresa a nivel macroeconómico como la desarrolla Porter representa múltiples dificultades y limitaciones<sup>(12)</sup>”.

Todas las ideas son apuntaladas por la visión del recién galardonado Premio Nobel de Economía Paul R. Krugman. En los noventa varios autores desarrollaron el concepto de competitividad sistemática en contraposición directa al escrito por Porter y al de la

competitividad estructural, estos autores sostienen que la competitividad requiere añadir niveles analíticos micro, meso, macro y meta en las que afectan a las empresas en el plano local, regional, nacional y supranacional; por consiguiente al análisis exclusivamente a nivel macroeconómico es insuficiente para comprender las condiciones y los retos de la competitividad al igual que una perspectiva únicamente macroeconómica.

A mediados de los años noventas un grupo de autores han destacado la relevancia y eficacia colectiva, entendida como la ventaja competitiva resultante de las externalidades de economías locales en los respectivos territorios, la cual ha desempeñado un rol fundamental para entender el comportamiento positivo de los sectores ó cluster, Schmetiz (1997) argumenta que la eficiencia colectiva y la conformación de redes ínter empresa en territorios específicos es una de las características fundamentales para comprender su competitividad global.

---

11 La referencia clásica de David Ricardo: The principles of Political Economy and Taxation, primera edición publicada en 1817.

12 Dussel Peters, Enrique, Perspectivas y Retos de la Competitividad en México UNAM – CANACINTRA, México, 2003 Pág. 20.

La importancia del ir más allá del planteamiento macroeconómico de la competitividad planteado por Porter a inicios de los noventas, está en que, actualmente, la actualidad la globalización presenta diferentes escenarios en donde la competitividad debiera comprenderse tanto en su dimensión macroeconómica, meso económica, macroeconómica y meta económica con sus respectivas implicaciones territoriales, donde no concibe el engrandecimiento de cada sector ó cluster sin ser competitivo.

“Esta perspectiva que diversos autores han destacado sobre la importancia territorial (regiones) con el objetivo de comprender la racionalidad de los encadenamientos mercantiles globales y la creciente flexibilización productiva. La competitividad depende del diálogo y el desarrollo institucional el cual dará por resultado una elevación de la productividad consistente en una economía global”<sup>(13)</sup>.

#### **5.4 La competitividad como estrategia empresarial.**

La competitividad no es un producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y de negociación por grupos colectivos representativos que figuran de dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, así como el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe de utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de “planificación estratégica”. La función es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminadas a maximizar la eficiencia global.

Para explicar esto se mencionan dos niveles de competitividad.

La competitividad interna: Se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles como personal, capital, materiales, ideas y los procesos de transformación.

Ésta tendrá que competir contra ella misma, teniendo un continuo esfuerzo de superación.

La competitividad externa: Se orienta a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado del sector al que pertenece. Está deberá de considerar variables exógenos, como la innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo.

La empresa una vez que ha alcanzado un nivel de competitividad externa, se tendrá que disponer a mantener su competitividad futura, basándose en generar productos e ideas nuevas y de buscar nuevas oportunidades de mercado, cosa que en nuestro país no sucede.

---

13 Krugman Paúl R. Economía Internacional Teoría y Política Cuarta Edición Editorial: MC Gras Hill pp. 1

“Con esto vemos que la ventaja comparativa de una empresa está en su habilidad, en sus recursos, en sus conocimientos y en sus atributos, de los mismos que carecen sus competidores o que tienen en menor medida.

La competitividad nos hace pensar en la idea de “excelencia”, o sea, con características de eficiencia y eficacia de toda la organización”<sup>(14)</sup>.

La competitividad significa un beneficio sostenible para el negocio ya que va ha ser el resultado de una mejora de calidad constante y de innovación. Y para esto se deben de tomar en cuenta refuerzos que comparen y que deben de ser llevadas a cabo para la mejora de la estructura organizacional.

La competitividad a nivel empresa es la capacidad para vender más productos o servicios y mantener o aumentar su participación en el mercado sin necesidad de sacrificar las utilidades o los salarios y mucho menos dañando el ambiente social o natural.

Para la empresa, la competitividad está en función de la calidad de los insumos sociales, que van a depender de la gran medida de la acción del Estado que está orientada a decisiones políticas de carácter estratégico que promuevan la movilización empresarial.

Al considerar que la competitividad del país es la de producir de una manera sustentable para un crecimiento sostenido, incrementando así el bienestar de todos sus habitantes y en particular de los más necesitados.

Como estimular la competitividad.

Esta es necesaria para un país, una empresa nacional o una empresa transnacional, pues son resultados de una política fomentada por el estado que produzca las condiciones para prever la estabilidad necesaria para crecer y se requiere de la construcción de un estado civil fuerte, capaz de generar, comunidad, cooperación y responsabilidad.

Algunas de las condiciones requeridas para que un país sea competitivo, es que el Estado debe de fomentar en sus políticas de gobierno las condiciones necesarias para garantizar la actividad comercial que permita un normal desenvolvimiento de la actividad comercial de estas empresas.

---

14. María Pelayo Carmen "informe sobre competitividad" México 2005, [www.monografias.com](http://www.monografias.com) Internet En un proceso de innovación

"Las acciones de refuerzo comparativo deben de ser llevadas a cabo para la mejora de ciertos puntos que podrían ser:

- La estructura de la industria.
- Las estrategias de las instituciones públicas.
- La libre competencia entre empresas.
- Transparencia y reglas claras que se hagan respetar, dentro de un ambiente donde las finanzas estén en orden.
- Una política macroeconómica que sea capaz de fomentar la inversión de capitales, dentro de un marco económico donde no exista la regulación y control de precios (Precios acorde a la oferta y la demanda).
- Planes de reestructuración de la educación de tal forma que el sector educativo esté acorde con las necesidades reales del sector productivo, favoreciendo al sector educativo de bajos recursos. Las empresas requieren de personal cada vez más calificado que esté a la altura de las nuevas tecnologías
- Un compromiso entre el sector privado y el gobierno, para fomentar el crecimiento de la tecnología, productividad, etc. a fin de ofrecer competitividad a nivel internacional dentro de un marco de ventajas igualitarias para todos"<sup>(15)</sup>

### **5.5 La calidad total: Estrategia clave de la competitividad.**

Las empresas buscan elevar índices de productividad global en una economía cada vez más liberal, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración perspectiva, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicio a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

Para comprender el concepto de calidad total, es útil hacerlo a través del concepto denominado "paradigmas".

Un paradigma se entiende como un modelo, teoría, percepción, presunción o marco de referencia que incluye un conjunto de normas y reglas que establecen parámetros.

---

---

15. María Pelayo Carmen "Informe sobre competitividad" México 2005, [www.monografias.com](http://www.monografias.com) Internet

Un paradigma viene a ser, un filtro o un lente a través del cual vemos el mundo; no tanto en un plano visual propiamente, más bien perpetuo, comprensivo e imperativo.

La calidad total es un concepto, una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocio y está localizado hacia el cliente.

La calidad total no sólo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejor permanente del aspecto organizacional gerencial, tomando una empresa como máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde el gerente hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico están comprometidos con los objetivos empresariales.

"Para que la calidad total se logre a plenitud, es necesario que se rescaten los morales básicos de la sociedad y es aquí donde el empresario juega un papel principal, empezando por la educación previa de sus trabajadores para conseguir una población laboral más predispuesta, con mejor capacidad de asimilar los problemas de calidad, con mejor criterio para sugerir los cambios en provecho de calidad, con mejor capacidad de análisis y observación del proceso de manufactura en caso de productos y poder enmendar errores"<sup>(16)</sup>.

## **5.6 Michael Porter y la competitividad.**

En un mundo globalizado, las ventajas comparativas son fácilmente copiadas y mejoradas por los competidores; por ello, la ventaja competitiva se determina por la habilidad de una empresa o grupos de empresas de innovar y mejorar continuamente sus productos y servicios.

La competitividad no es un atributo de los países, más bien es un atributo de las empresas. Un país próspero es aquel que cuenta con una masa significativa de empresas cooperativas a nivel mundial, en uno o varios de sus sectores productivos.

La investigación empírica de Michael E. Porter a finales de los años ochentas sobre la ventaja competitiva de diferentes naciones evidenció que las empresas líderes en cualquier campo tienden a agruparse en áreas geográficas relativamente pequeñas.

Esas agrupaciones se han denominado conglomerados o clusters competitivos. De esta forma, dentro de un país o una región se van creando grupos completos de industrias altamente relacionadas y eficientes, que permiten crear una ventaja competitiva sostenible.

Para que un cluster en un país llegue a ser competitivo a escala mundial se requiere de acciones conjuntas de empresas privadas individualmente, actuando en cámaras conjuntas de sectores relacionados y de los gobiernos centrales y locales.

---

16. María Pelayo Carmen "Informe sobre competitividad" México 2005, [www.monografias.com](http://www.monografias.com) Internet

Según el marco conceptual propuesto por Michael E Porter, "la competitividad de una empresa está determinada por seis dimensiones fundamentales. Estos atributos y la interacción entre ellos explican por qué innovan y se mantienen competitivas las compañías ubicadas en regiones determinadas"<sup>(17)</sup>.

La teoría económica clásica de las ventajas comparativas explica que una nación es competitiva en determinada industria por su abundante dotación de los factores básicos de producción requeridos: tierra, mano de obra y capital.

Por ejemplo: la competitividad de Holanda en la industria de las flores es responsable de dos tercios de las exportaciones mundiales de flores frescas. A pesar de que es claramente deficiente en su dotación de factores básicos críticos para esa actividad: sufre de una escasez notoria de tierra, tiene una temporada corta de producción, su clima es inhóspito para el cultivo y su mano de obra es cara en relación con otros países competidores.

La respuesta está en que no son los factores básicos, sino los factores llamados especializados, los que permiten alcanzar ventajas competitivas. Estos factores no son heredados, sino creados por cada país: surgen de habilidades específicas derivadas de su sistema educativo, de su legado exclusivo de conocimiento tecnológico de infraestructura especializada, etc. y responden a las necesidades particulares de una industria concreta. Se requiere de inversiones considerables y continuas por parte de una empresa y gobiernos para mantenerlos y mejorarlos. Estos factores propician ventajas competitivas para un país, por que son únicos y muy difíciles de replicar y acceder por los competidores de otras regiones.

Sin embargo, la competitividad de un país o región reside, mas bien, en la calidad de los factores especializados que permiten valorar su herencia patrimonial por encima de países con un legado similar como, recursos humanos con capacitación, mercados de capitales adecuados para financiar proyectos a corto, mediano y largo plazo, niveles de seguridad, personal adecuado y una alta cobertura de servicios públicos de apoyo, entre otros.

Las condiciones de la demanda en un mundo globalizado podría parecer que la demanda local es de menor importancia, pero la evidencia demuestra lo contrario. Las empresas más competitivas invariablemente cuentan con una demanda local que se encuentra entre las más desarrolladas y exigentes del mundo. Clientes exigentes permiten que las empresas vislumbren y satisfagan las necesidades emergentes y se conviertan en otro incentivo a la innovación.

Tener a estos clientes cerca permite que las empresas respondan más rápidamente, gracias a las líneas de comunicación más cortas, mayor visibilidad a la posibilidad de realizar proyectos conjuntos. Cuando los clientes locales anticipan a moldear las necesidades de otros países, las ventajas para las empresas locales son aún mayores

"En esta parte hay que valorar la conveniencia, la calidad estandarizada y la rapidez en el servicio, ya que los clientes no disponen de mucho tiempo, y estos atributos son cada vez mas apreciados en otros mercados"<sup>(18)</sup>.

Los sectores relacionados de existencia de apoyo especializado y eficiente crean ventajas comparativas para un país. Las industrias relacionadas y de apoyo entregan a las empresas pertenecientes al cluster insumos, componentes y servicios, hechos a la medida a menores costos, con calidad superior y suministrada de manera rápida y preferente.

Esto es consecuencia de vínculos más estrechos de colaboración, mejor comunicación, presiones mutuas y aprendizaje constante, que facilitan la innovación y el mejoramiento continuo dentro de un cluster.

Para que un cluster sea competitivo, es indispensable un sector de apoyo vigoroso e innovador. Esto significa buenos proveedores, buenas escuelas de formación de personal tanto a nivel operativo, técnico, gerencial y profesional sin tanta teoría sino mas práctica para que salgan preparadas para afrontar la vida real, servicios médicos confiables y afiliados a los sistemas internacionales de seguros, empresas que permitan que la gente que sale de las escuelas pueda trabajar o realizar practicas, aceptación de ideas nuevas, entre otras cosas.

La estrategia, estructura y competencia de las empresas crea una destreza competitiva que requiere un ambiente que motive la innovación. Una competencia local vigorosa e intensa es una de las precisiones más efectivas para que una compañía mejore continuamente. Esta situación obliga a la empresas a buscar maneras de reducir sus costos, mejorar su calidad, buscar nuevos mercados o clientes, etc.

Por ejemplo en Japón, las industrias más exitosas cuentan con varios jugadores de clase mundial que compiten intensamente por la atención del mercado japonés; por decir en la industria automotriz Toyota, Nissan y Honda, su competencia es intensa, pero lejos de ser un problema como algunos empresarios la conciben, es una bendición para la competitividad de largo plazo.

"El nivel de competencia debe de analizarse de dos puntos de vista: la competencia local y la internacional. En los mercados locales, las empresas compiten en cada sector de la industria, generalmente no solo por participación de mercado, sino también por empleados, excelencia en servicio y por prestigio.

En el ámbito internacional, debe de analizarse la rivalidad entre países que compiten entre sí como destinos con posicionamientos diversos y campañas de promoción que intentan atraer clientes"<sup>(19)</sup>. La dinámica de las relaciones entre los atributos del diamante puede darse de diversas maneras.

---

18. Información tomada del Internet de la sección de: Segura, Gustavo e Inman, Crist. "El reto de la competitividad". Año 2005.

19. Información tomada del Internet de la sección de: Segura, Gustavo e Inman, Crist. "El reto de la competitividad". Año 2005.

Por ejemplo: si las empresas no cuentan con suficientes recursos humanos capacitados, la sola presencia de compradores locales exigentes no garantizará el surgimiento de mejores productos.

El papel del gobierno en los cuatro atributos del diamante son a su vez, influenciados por otras variables

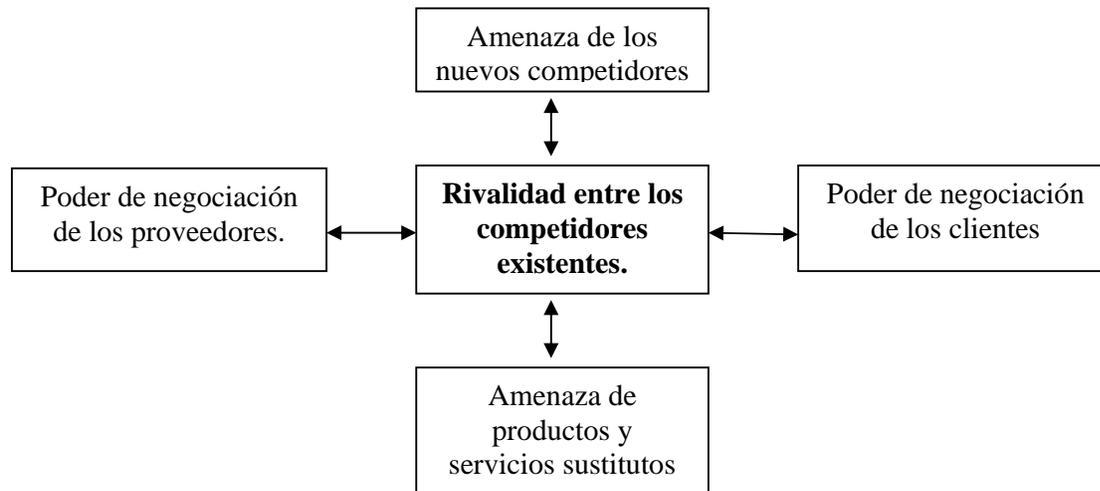
El azar surge de eventos repentinos que influyen en la posición competitiva de ciertas empresas que saben moverse ante los cambios.

Estos eventos pueden ser nuevos inventos tecnológicos, cambios en las tendencias de los mercados, decisiones políticas, guerras, eventos de la naturaleza, entre otros.

“El gobierno puede ejercer influencia sobre cualquiera de los elementos del diamante, tanto positiva como negativa, un ejemplo es que las políticas tributarias pueden estimular o frenar la inversión en las industrias que están dentro del país”<sup>(20)</sup>.

### **CUADRO 1**

#### **Determinantes de la competitividad. (El diamante de Porter)**



Fuente. Michael Porter.

Internet ha cambiado algunas de las bases de las cuales partía Porter para cada uno de los cinco factores que intervienen en el éxito o en el fracaso de una empresa.

---

20. Información tomada del Internet de la sección de: Segura, Gustavo e Inman, Crist. "El reto de la competitividad". Año 2005.

La rivalidad entre los competidores existentes.

Porter: Centra sus recomendaciones en desarrollar diferencias entre nuestros productos y los de la competencia, para evitar caer en competir por precio.

Internet: Ha permitido que realmente se puedan reducir los costos de las empresas cuyos costos están relacionados con la comunicación, con la recepción de información o con la concertación de transacciones, por lo que gran parte de las empresas han sabido aprovechar las ventajas de Internet y la tecnología asociada a la red pudiendo así ofrecer precios mas bajos en el mercado. Por lo que también ha logrado que aparezcan en el mercado gran cantidad de productos que antes solo estaban destinados en el mercado local.

Por otra parte la relación entre competidores ha cambiado radicalmente con la globalización de los mercados.

“Los Clusters locales especializados en la producción de determinado producto o servicio, hacen que la relación entre empresas competidoras sea cooperativa, con el objetivo de desarrollar juntas tecnologías e investigación que hagan subir la productividad y así la innovación de la misma empresa”<sup>(21)</sup>.

Amenaza de los nuevos competidores.

Entre los mercados es mayor, cuando las barreras de entrada son bajas, cuando las empresas que participan en el mercado no desean luchar contra los nuevos jugadores, y cuando un nuevo jugador tiene grandes expectativas de ganancias si entra en ese mercado.

Porter aboga por incrementar las barreras de entrada en su mercado. Sus recomendaciones siguientes:

- Aprovechar las economías de escala para bajar costes
- Crear productos diferenciados y patentarlos.
- Desarrollar la imagen de marca de las empresas, para que a los clientes les sea más difícil cambiar de marca.
- Cerrar los accesos a los canales de distribución.
- Disponer de restricciones para nuevos jugadores, dictadas por las instituciones gubernamentales.

En Internet este modelo es valido para mercados estáticos. Ya que ha propiciado multitud de mercados dinámicos que no permiten aplicar las recomendaciones de Porter.

---

21. Artículo de la conferencia de Philip Kotler acerca del Nuevo Marketing y Michael Porter los Clusters Locales  
Año 28/04/2005 Internet.

“Esto lleva a la creación de monopolios naturales ya que generan procesos de retroalimentación positiva”<sup>(22)</sup>.

Amenaza de los productos y servicios sustitutos.

Porter: Considera que un producto es sustituto de otro, sólo si reemplaza un producto de un sector industrial diferente al suyo.

Internet: Cada vez la tecnología nos permite la generación de nuevos negocios que hasta ahora eran indispensables. Los cambios tecnológicos radicales que estamos sufriendo no permiten realizar ningún tipo de predicción ni análisis previo sobre este punto.

Poder de negociación de los proveedores.

Porter dice que esta amenaza debe neutralizarse con una estrategia adecuada que persiga este fin.

En Internet los clientes cada vez tienen más poder. Aunque visto desde el punto de vista de la empresa tradicional esto no es precisamente positivo:

- Internet incrementa la información sobre productos y la realidad del mercado.
- Incrementa el poder de negociación por que proporciona vías más directas al cliente y elimina eslabones en la distribución de los productos.
- Proporciona un marco inmejorable para unir consumidores y realizar acciones de presión contra determinadas empresas cuando los clientes están insatisfechos.

Poder de negociación de los clientes.

Porter: Centra el análisis de este punto remarcado que el poder de los proveedores depende de la importancia de los mismos.

Internet: La tendencia actual es a tratar a los proveedores como socios de las empresas, y competir con ellos el objetivo final de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Los comentarios a las cinco fuerzas de Michael Porter apuntan a que Internet ha obligado a las empresas a competir por precio, también ha propiciado que alguna de ellas hayan conseguido grandes éxitos y que son fuertes en:

- Integración científica
- Equipos de desarrollo de productos con talento y creatividad.
- Equipos de venta con grandes habilidades de comunicación y de percepción de las necesidades de un mercado cambiante.

---

22. Artículo de la conferencia de Philip Kotler acerca del Nuevo Marketing y Michael Porter los Clusters Locales Año 28/04/2005 Internet.

- Imagen que transmite innovación y calidad.
- Pero los riesgos asociados y la diferenciación también han sido magnificados por Internet.
- La imitación de los productos por parte de terceros que no han intervenido en I+D.
- El gusto cambiante e impredecible de los clientes.

“Así que Internet ha hecho que el análisis de las cinco fuerzas de Porter, aun siendo validos en nuestros días, es mucho mas complejo de lo que era y con muchas más variables a tener en cuenta”<sup>(23)</sup>.

Premisas y retos de la competitividad en México.

La competitividad a nivel empresa es la capacidad para vender más producto o servicio y mantener o aumentar su participación en el mercado sin la necesidad de sacrificar las utilidades o los salarios sin dañar el ambiente social o natural.

Pero la competitividad de la empresa individual está en función de la calidad de los insumos sociales, que dependen en gran medida de la acción del Estado orientado a decisiones políticas de carácter estratégico que promuevan la movilización empresarial y de toda la sociedad organizada.

Estos son algunos de los aspectos mas directamente relacionados con la falta de competitividad en México.

Innovación.

Para empezar, la innovación corresponden a la estrategia de una interrelación entre la ciencia, las comunidades de negocios, las instituciones públicas y la población, con el fin de elevar el rango de prioridad, de difusión y adopción de las nuevas tecnologías.

Por eso las Pymes deben de ser estimuladas asignándoles recursos para acelerar las innovaciones de procesos y productos y así puedan generar mas empleos.

Internacional.

Aquí se ha registrado un deterioro de la posición competitiva de México en el exterior, lo que se ha traducido en una desaceleración de la actividad exportadora.

Un factor es el crecimiento de las exportaciones chinas a Estados Unidos, lo que relegó de lugar a las exportaciones mexicanas y por lo cual se traduce en una pérdida de competitividad que se tiene que combatir para no caer más.

---

23. Artículo de la conferencia de Philip Kotler acerca del Nuevo Marketing y Michael Porter los Clusters Locales  
Año. 28/04/2005 Internet.

Cuestión financiera.

Aquí el problema es incentivar al sector productivo (Pymes) la falta de financiamiento a la manufactura ha afectado su desarrollo y a permitido que sectores como el comercio y los servicios crezcan de manera mas acelerada.

“Se debe considerar que la competitividad del país debe incrementar el bienestar de todos los habitantes, en particular la de los mas pobres ya que es la base indispensable de la competitividad empresarial; dado que el problema del crédito se agrava por las fuertes exigencias de garantías que enfrentan para elevar su endeudamiento”<sup>(24)</sup>.

Recursos humanos.

Este es otro factor que frena a la competitividad como lo es el nivel educativo. En la actualidad el recurso básico es el saber, ya no en el capital, ni la mano de obra barata. Ahora el valor se crea mediante la innovación y la aplicación del conocimiento a la producción.

Es indispensable fortalecer la inversión en educación, capacitación laboral e investigación y desarrollo, así mismo se tiene que promover el acceso, transferencia y adopción de tecnología, especialmente en las empresas pequeñas y medianas.

Cultura de la legalidad.

En cultura regulatoria, no es posible que mientras en nuestro país se requieren 120 días para abrir un negocio, nuestros competidores lo hagan en uno y en el caso de China lo acompañen de un conjunto de estímulos para establecer negocios de largo plazo. Es importante y urgente que se reduzcan los trámites para actividades civiles, económicas y en especial productivas.

Institucionalidad.

El sector industrial necesita de políticas promotoras que impulsen el crecimiento sostenido del país. Debe de ser una política industrial flexible, expedita y eficiente, que cumpla con los objetivos a favor de la productividad.

También es importante hacer una evaluación de todas las instituciones dedicadas a servir al desarrollo económico, proponer mecanismos de evaluación y a partir de ello emprender un fortalecimiento tanto institucional como de asociaciones y de organizaciones sociales a fin de armonizar sus actividades e instaurarlas para un mejoramiento total.

---

24 Enrique Dussel Peters "Perspectivas y retos de la competitividad en México" Facultad de Economía  
2003. Yeidckol Polevnsky presidenta de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacindra)  
p-177-18

"Para esto se necesita la participación del gobierno y de los empresarios privados. No habrá desarrollo equilibrado, restablecimiento de cadenas productivas, generación suficiente de empleos, mejor distribución del ingreso o expansión del mercado interno, si no se fortalecen a las empresas de menor tamaño. Para ello:

- Se debe tener una visión de largo plazo.
- Tener un compromiso real con el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Se debe de impulsar la modernización con instrumentos de tipo fiscal, financiero y tecnológico.
- La integración de cadenas productivas con las empresas grandes, para agregar más valor.
- Crear un centro de servicios profesional en materia de capacitación, gestión empresarial, así como para llevar a las empresas asistencia técnica en planeación, tecnología, mercadotecnia, calidad y administración.
- Combatir las fuerzas de competencia desleal como el contrabando y la inseguridad que atentan contra el patrimonio productivo.
- Crear un entorno competitivo que no obstruya el avance de la competitividad.

Solo así se podrá tener una planta industrial integrada, eficiente y en crecimiento"<sup>(25)</sup>.

## **5.7 La competitividad de las empresas en México.**

La competitividad es un factor por el que las empresas mexicanas, en especial las de menor tamaño, podrán incrementar sus capacidades y convertirse en pilares del ingreso y empleo en el país. La posición competitiva de México, de acuerdo con las fuentes internacionales tal y como se muestra en el cuadro siguiente:

**Cuadro 2**  
**Posición en competitividad en México**

<b>Años</b>	<b>Posición</b>	<b>Desempeño económico</b>	<b>Eficiencia de las empresas</b>	<b>Eficiencia gubernamental</b>
1997	40	32	37	37
1998	34	23	39	31
1999	35	27	35	33
2000	33	34	33	29
2001	36	36	38	27

Fuente: World Competitiveness Yearbook, 2001

En gran medida, se debe a que el país no ha sido capaz de consolidar su potencial económico, ya sea a través de un sector público eficiente, empresas e infraestructura competitiva.

## **6. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN MÉXICO.**

## **6.1. Antecedentes históricos de la industria automotriz.**

El automóvil, tal como lo conocemos en la actualidad, fue inventado en Alemania en 1886 por Karl Benz. Poco después otros pioneros, como Gottlieb Daimler y Wilhelm Maybach presentaron a su vez sus modelos. El primer viaje largo en un automóvil lo realizó Bertha Benz en 1888, al ir de Mannheim a Pforzheim, ciudades separadas entre sí por unos 105 km. Cabe destacar que fue un hito en la automovilística antigua, dado que un automóvil de esta época tenía como velocidad máxima unos 20 km/h, gastaba muchísimo más combustible de lo que gasta ahora un vehículo a esa misma velocidad y la gasolina se compraba en farmacias, donde no estaba disponible en grandes cantidades.

Mercedes-Benz es el fabricante de automóviles más antiguo del mundo. Los orígenes de la compañía se remontan a 1880, cuando Gottlieb Daimler y Karl Benz inventaron de forma independiente el motor de combustión interna para automóviles en el sudoeste de Alemania. Gottlieb Daimler y Wilhelm Maybach, quienes inventaron juntos el motor de 4 tiempos. Luego de hacerle ciertas modificaciones de diseño, Jelinek prometió a la compañía comprar una gran producción de sus vehículos bajo la condición de tener la garantía de ser el distribuidor exclusivo de Daimler para Austria-Hungría, Francia, Bélgica y Estados Unidos, y de que podría vender el nuevo modelo bajo el nombre de "Mercedes", ya que también construyó motores para lanchas y aviones (civiles y militares), e incluso para zepelines.

Otra empresa pionera es la Renault que fue fundada en 1898 por Louis Renault (1877-1944), pionero de la industria automovilística y del taylorismo en Francia, junto con sus hermanos Marcel y Fernand, y su armador de la época Francois Pefauere (1870 - 1956), bajo el nombre de Renault Frères. La muerte de Marcel Renault en 1903 en la carrera París-Madrid, y la de Fernand Renault en 1907, dejó la sociedad en manos de Louis Renault, y su nombre cambió a "Société des Automobiles Renault". Esta empresa además de construir automóviles, producía camiones, maquinaria agrícola e industrial, municiones, vehículos militares como el carro de combate Renault FT-17 y motores de aviación. En la fábrica de Billancourt, que había crecido hasta las 67 hectáreas (invadiendo terrenos en Boulogne-Billancourt, y la Isla Séguin en su integridad) llegó a contar 30000 empleados antes de la crisis del 29.

En 1901, John Francis Dodge y Horace Elgin Dodge trasladaron su fábrica Brothers Bicycle & Machine Factory a Detroit desde Winsdsor (Canadá), donde construían piezas para automóviles.

Sus rodamientos y otras piezas estaban en demanda con la temprana industria automovilística y ayudaron en el diseño de partes del motor para los primeros autos Oldsmobile.

En 1902 ya establecidos en Detroit los Hermanos Dodge se unieron a Henry Ford, quien buscaba ayuda para financiar su propia compañía automovilística. Ellos ayudaron al comienzo de la Ford Motor Company así como en la fabricación de piezas para los primeros Ford, consiguiendo un beneficio mutuo tanto Ford como los Hermanos Dodge.

Los automóviles franceses Darracq eran muy apreciados por el público italiano y por ello Alexandre Darracq decide en 1906 montar una cadena de producción en Nápoles y constituye la empresa Società Italiana Automobili Darracq (que después sería Alfa Romeo). Pronto se da cuenta que la industria italiana se concentra en el norte del país y decide trasladar la compañía al polígono industrial de Portello a la afueras de Milán, comprando unos terrenos de 36.000 m<sup>2</sup>.

Para el 1 de octubre de 1908 Ford presenta su modelo T. Henry Ford y sus ingenieros, después de atravesar por 5 años difíciles para producir un vehículo económico para el mercado por fin lograron producir el Modelo T. Es en esta fecha cuando fue introducido al público americano y fue así como comenzó Ford la revolución automotriz.

El modelo T conocido como "Tin Lizzy" revolucionó la Industria Automotriz por ser un vehículo cómodo y confiable para la mayoría de los americanos. "Ford fue capaz de mantener el precio conservando el control de todas las materias primas y empleando métodos realmente revolucionarios para su fabricación"<sup>(26)</sup>.

En 1909 la empresa padece una importante disminución de ventas, y el delegado de la Darracq Italiana, Ugo Stella, encarga al ingeniero Giuseppe Merasi el diseño de un automóvil al gusto del público italiano, el 24HP.

El 1 de enero de 1910, un grupo de industriales lombardos de Milán deciden empezar la producción del modelo y Darracq les vende su filial italiana con el establecimiento de Portello incluido. En junio de ese mismo año se constituye la Anónima Lombarda Fabbrica Automobili, A.L.F.A que adopta como símbolos la cruz roja sobre campo blanco de la insignia de Milán y el Biscione, la serpiente sobre campo azul símbolo de los Visconti.

El primer coche que construye Alfa fue por tanto el 24 HP que sale al mercado en 1911. Este primer modelo fue magnífico, de una calidad mecánica excelente, fiable y muy fácil de conducir, constituyó un éxito de ventas para la marca. Basándose en este diseño, Merasi deriva nuevos modelos, el 12 HP más sencillo pero de excelentes prestaciones y el 15 HP Corsa con evidente vocación hacia las carreras, a este modelo se le aumenta la potencia en

También en este año (1910), Henry Ford comenzó a producir automóviles en una cadena de montaje, sistema totalmente innovador que le permitió alcanzar cifras de fabricación hasta entonces impensables.

Un año después el 3 de Noviembre de 1911, Chevrolet ingresó al mercado automotor compitiendo contra el Ford Modelo T. En 1915 fue introducido el "Classic Six" en el mercado. Este modelo era un sedán de cinco plazas equipado con un motor de seis cilindros y 299 in<sup>3</sup> (4.9 L), capaz de alcanzar los 24 km/h. (15 mph aprox.)

---

26 Gross Daniel: Historias de Forbes. "Henry Ford y el modelo T". Editorial: Norma. Año 1997. pp.39-54.

La primera vez que Chevrolet usó su logo "bowtie" fue en 1913. En este mismo año las piezas de Ford (chasis, suspensión, frenos, motores, transmisiones, etc.) fueron construidos por Dodge.

En 1914, los Hermanos Dodge emprendieron su propia compañía de autos, a la que dieron el nombre de Dodge Brothers Motor Vehicle Company hasta 1927 que fue cuando cambio de nombre, eligiendo a 50 distribuidores en principio para cientos de sus aplicaciones, Dodge introdujo el "Old Betsy", un coche construido para ser confiable y de larga duración. En ese año, Dodge construyó un total de 249 coches nuevos.

Dando lugar al 15/20 HP. Sin embargo el primer auténtico deportivo es el 40/60 HP de 1913 de 6 litros del que se construyen 27 ejemplares y que debuta en la carrera en cuesta de Parma-Berceto venciendo en su categoría. Para el G.P. de la A.C.F. de 1914 se decide construir un modelo con las especificaciones de las carreras internacionales (max 4,5 l. y 1100 kg de peso máximo), el coche no estuvo preparado para la carrera de Lyon y el estallido de la guerra le impidió correr después. Permaneció en una fábrica de productos farmacéuticos durante el conflicto y en 1921 se reconstruyó con mayor potencia (102 CV) aunque solo participó en una carrera en Brescia conducido por Giuseppe Campari.

En 1915 la compañía sufre su primera crisis, la dueña de la mayor parte del accionariado, la Banca Italiana di Sconto, coloca a Nicolás Romeo como apoderado del banco y este consigue el control de la fabrica. Romeo era un empresario napolitano que redirigió a la compañía hacia la fabricación de material bélico, motores para avión, compresores etc.

En 1916, Chevrolet fue lo suficientemente rentable para permitir a Durant comprar la mayor parte de las acciones de la GM. Después de cerrar el trato en 1917, Durant fue nombrado presidente de la General Motors y Chevrolet surgió de la GM como una empresa independiente.

En este mismo año, los Hermanos Dodge comenzaron a construir también motores para camiones, en principio para uso del ejército de los Estados Unidos durante la Primera Guerra Mundial, y al final de la guerra de modo comercial.

En 1918 La I Guerra Mundial significa para A.L.F.A. un parentésis en su producción de automóviles, pero a la vez un reflotamiento del negocio.

En 1925, la Dodge Brothers Company fue adquirida por Dillon, Read & Company por unos 148 millones de dólares estadounidenses, que, según se dice, fue la transacción en efectivo más grande de la historia hasta ese tiempo. Dillon Read, a su vez, vendió Dodge a la Compañía Chrysler el 31 de Julio de 1928.

Por otra parte las compañías rivales "Daimler Motorenengesellschaft" y "Benz & Cie." comenzaron a cooperar entre sí en los años 20 para lidiar con la crisis económica de esos años, para finalmente fusionarse en 1926 y crear Daimler-Benz AG, el cual producía camiones y automóviles Mercedes-Benz.

Dos años después en 1928 Chrysler adquirió la compañía Dodge, en años ya más recientes 1998 Dodge se fusionó junto con el resto de los subsidiarios de Chrysler con Daimler-Benz para formar DaimlerChrysler. DaimlerChrysler, incluyendo Dodge, fue vendida a una compañía privada en 2007, y ahora opera con el nombre de Chrysler Holding.

En 1934 el fabricante alemán Ferdinand Porsche sometió una oferta de diseño de automóvil al nuevo gobierno de Adolfo Hitler, quien solicitó la construcción de un coche pequeño, simple y confiable que fuera bastante económico para la gente, ya que en aquel entonces solo uno de cada cincuenta alemanes poseía vehículos y la industria automotriz tenía muy poca importancia en la economía del país. Poco después Ferdinand Porsche recibió un presupuesto de desarrollo de la asociación de la industria de automóviles del Reich y comenzó a trabajar sobre el Volkswagen y en 1936 fue objeto de múltiples pruebas para la producción en masa de este vehículo<sup>(27)</sup>.

Renault fue una de las empresas que formó parte de un escenario primordial en las revueltas obreras de 1936, en las que, además de un aumento salarial, se llegó al reconocimiento de las organizaciones sindicales, el derecho a las vacaciones pagadas, la firma de un convenio colectivo y la reducción de la jornada laboral como forma de luchar contra el desempleo.

El 16 de Octubre de 1958 introduce Chevrolet, es en este día cuando la marca Chevrolet introduce un sedan-pickup llamado el Camino, creado para competir con el popular modelo Ranchero de Ford. Este modelo falló en su intento por robarle mercado al modelo Ranchero, y fue abandonada su producción 2 años después.

Pero cuatro años más tarde, en 1964, dieron una segunda vida al modelo Camino derivado de la serie Chevelle, una línea de coches comúnmente llamados "coches de músculo". El Chevelle era de los vehículos más elegantes y poderosos que reflejaron la joven energía de los años sesentas y principios de los años setentas, vendiéndose muy bien.

El Chevelle Malibú contaba con un v-8 tan grande como 454 pulgadas cúbicas y 7.4 litros. Las líneas de los Cheveres incluían sedanes, convertibles. La reintroducción del Camino en 1964 demostró ser un transporte atractivo para vaqueros urbanos. El 20 de Octubre de 1965 Finalizan la producción del Volvo PV 544

"Todo inició en el año de 1958 cuando el Volvo PV544 fue presentado como una versión mejorada de su antecesor: el PV444, en el cual destacó una innovación importante de seguridad, ya que era el primer coche en ser equipado con cinturones de seguridad, pero el PV544 era también un coche poderoso, con transmisión manual de 4 velocidades y una potencia de hasta 95 hp".<sup>(28)</sup>

Un poco después de su introducción, los 544 se hicieron uno de los coches más vendidos. El PV 544 fue puesto a un precio bastante accesible. El PV544 era mejorado cada año hasta que en 1965 Volvo decidió que la producción del modelo cesaría

---

27. [www.Monografias.com](http://www.Monografias.com)

28. [www.Wikipedia](http://www.Wikipedia), la enciclopedia libre

## 6.2. La industria automotriz a nivel mundial.

La industria automotriz mundial, ha estado atravesando por situaciones que han revolucionado el mercado, la tecnología, el gusto de los consumidores, el ahorro de energéticos, la seguridad de los viajeros, la protección a la ecología. En algunos casos las ideas y procesos han sido altamente innovadores y muy frecuentes que no ha dado tiempo de consolidar los pasos previos.

La industria automotriz es la tercera en importancia en el ámbito mundial; su misma importancia ha hecho que en algunos países se acentúe más que en otros las consecuencias favorables y desfavorables de su actividad.

A consecuencia de la crisis mundial las productoras automotrices americanas y europeas y ante una creciente industria japonesa en la década de los setentas, replantearon su estrategia de inversión, cerrando algunas fabricas de autos en Estados Unidos y Europa, pero abriendo otras en Asia y América Latina, estas nuevas inversiones buscaron tener una producción de automóviles en las regiones de un bajo costo laboral. Estas nuevas exigencias de la organización fueron capaces de responder para impulsar el mercado mundial de autos.

Estas plantas introdujeron nueva tecnología y una nueva organización de trabajo aplicándose de una manera extensa y en otros de manera parcial dependiendo de cada empresa y del país en que se instaló.

Después de la segunda guerra mundial la industria automotriz global experimento un crecimiento sostenido que sólo fue determinado por la crisis del petróleo en 1973 a 1979. (Ver cuadro 2)

**Cuadro 3**  
**Producción de automóviles en el mundo 1970-1980**

Años	Producción	Tasa anual de crecimiento %
1970	29,403,479	-
1971	33,423,579	13.6
1972	35,577,783	6.4
1973	38,917,733	9.3
1974	34,732,826	-10
1975	32,998,363	4.9
1976	38,341,612	16.1
1977	40,946,772	6.7
1978	42,299,436	3.3
1979	41,518,599	-1.8
1980	38,513,635	-7.2

Fuente: World Motor Vehicle Data. American Automobile Manufacturers Association 1994

Durante la década de los ochentas decreció la producción mundial de automóviles pero a partir de 1983 comienza una recuperación constante de la producción mundial, que supera la reducción de los setentas. (Ver cuadro 3).

Por lo que represento un repunte de la producción con respecto al año anterior del 10% esto se debió a la estabilidad aparente en las economías industrializadas básicamente de los principales productores de autos como son Estados Unidos, Japón y Alemania.

**Cuadro 4**  
**Producción de automóviles en el mundo 1981-1990**

<b>Años</b>	<b>Producción</b>	<b>Tasa anual de crecimiento %</b>
1981	37,230,055	-3.3
1982	36,112,519	-3
1983	39,755,231	10
1984	42,057,686	5.79
1985	44,811,379	4.2
1986	45,297,356	6.5
1987	45,902,733	1.3
1988	48,209,811	5
1989	49,101,533	1.8
1990	48,345,354	-1.5

Fuente. World Motor Vehicle Data. American Automobile Manufacturers Association 1994

En la década de los noventa el comportamiento de la producción de vehículos fue poco alentadora ya que estuvo determinado por la desaceleración de las economías de Europa Occidental, haciendo que hubiera una disminución de la demanda de bienes de la industria automotriz, principalmente en los primeros cuatro años que posteriormente en los siguientes años se estaría recuperando. (Ver cuadros 4 y 5)

**Cuadro 5**  
**Producción de automóviles en el mundo 1991-1993**

<b>Años</b>	<b>Producción</b>	<b>Tasa anual de crecimiento %</b>
1991	46,686,579	-3.4
1992	47,765,291	2.3
1993	46,306,863	-3

Fuente. World Motor Vehicle Data. American Automobile Manufacturers Association 1994

**Cuadro 6**  
**Producción de automóviles en el mundo 1994-2006**

<b>Año</b>	<b>Producción de autos (Miles de Unidades)</b>
1994	49,508
1995	50,008
1996	50,423
1997	53,406
1998	54,145
1999	57,840
2000	59,749
2001	57,698
2002	59,593
2003	62,203
2004	64,165
2005	66,465
2006	70,945

Fuente: INEGI. AMIA. Boletín mensual varios años

Mundialmente el escenario se sintetiza como sigue:

- Exceso de capacidad producción (en los cinco continentes es cercana a los 80 millones de vehículos por año y el mercado sólo consume aproximadamente 60 millones).
  - El rendimiento para los accionistas es insuficiente y muy lento el retorno de la inversión, hay demasiadas compañías, con muchos activos.
  - A través de las décadas se ha venido observando que cada vez hay menos compañías productoras de automóviles y de sus proveedores a todos los niveles.
  - A nivel mundial se observa un alto índice de fusión, escisiones y adquisiciones; el panorama indica que la tendencia seguirá igual y más rápido.
  - A pesar de los cambios realizados a la fecha, los costos directos e indirectos aun son excesivos.
  - Permanentes inventos tecnológicos que incluyen novedosos sistemas de navegación y cada vez más componentes electrónicos en los vehículos.
  - Cada vez se observa más modernización y ser sólo proveedor de autopartes ya no es suficiente, esto puede originar a desaparecer del mercado.
  - Nuevas leyes con mayor beneficio al consumidor final y para proteger la ecología.
-

En algunos países ya se inicio el proceso de establecimiento de distribuidores multi marcas, en otros está en estudio. Se están mandando a los mercados gran variedad de nuevos modelos de vehículos, para atender a los diversos gustos de los consumidores y para conservar los segmentos de mercados y crear otros.

“Se están realizando todo tipo de alianzas estratégicas (tecnológicas, de marcas, de plataformas de producción, etc.) y de inversiones conjuntas”<sup>(29)</sup>.

Ha habido algunas posiciones sindicales adecuadas para el ámbito de la industria, otras no lo han sido y están dañando la conservación de la plataforma laboral experimentada e incrementando los costos.

En algunos países el entendimiento de la calidad del producto y de los servicios es aún diverso, lo cual está dependiendo de que tan exigente sea el consumidor, de sus hábitos de manejo y de las condiciones de los caminos por los que transitan los vehículos, aun cuando algunos productores de vehículos, para conseguir y conservar a los clientes están otorgando más plazo de garantía post-venta. Falta uniformidad y velocidad de respuesta.

Hay nuevas inversiones significativas en China, en Europa del Este y en menor proporción en algunos otros territorios.

El reciclado de automóviles obsoletos, en algunos casos es nulo y está perjudicando seriamente la seguridad de los consumidores finales, a la ecología, el ciclo de producción y consumo automotriz, la plataforma laboral directa e indirecta y a las demás industrias que confluyen a la automotriz. Las reducciones de los costos están surgiendo por la mejora tecnológica de las partes electrónicas.

Hay novedosos planes de financiamiento, muchos a largo plazo y sin intereses. Los tratados comerciales existentes han ya hecho que prácticamente no haya fronteras en la industria automotriz.

En resumen, la oferta y la demanda no están convenientemente alineadas, ni los mecanismos que las generan. Los diferentes integrantes de la industria, para sobrevivir, tienen que ser altamente innovadores, ágiles y flexibles para rediseñarse y redimensionarse rápidamente

“Las empresas exitosas lo son las que han mandado al mercado más productos; han incrementado el poder de la marca a través de nuevos diseños; su producción está enfocada a vehículos de mayor calidad y planeando el producto con enfoque al cliente; simultáneamente han mejorado la administración del valor, han asumido una actitud de constante innovación e inversión, han enfrentado severos procesos de reducción de costos, han ido a nuevos mercados, siempre bajo el concepto de crecimiento sostenible y estos operaran con flexibilidad y agilidad”<sup>(30)</sup>.

La industria automotriz se sigue expandiendo a una tasa fuera de control, aun cuando algunas compañías han hecho recortes desde que se inicio la crisis financiera en Asia.

La capacidad a nivel mundial para producir autos y camiones ligeros aumento un 80% aproximadamente el 79.3 millones de vehículos al año

El exceso de la capacidad estimada seria aun mayor experto que para el último trimestre de 1998 los fabricantes de automóviles, principalmente en el continente asiático hubo una reducción de futuros planes de capacidad en aproximadamente de 1 millón de vehículos anualmente.

Esta perspectiva surgió con el exceso de la capacidad de producción que orillo a la industria a llegar a una competencia férrea, por lo que se tuvieron que reducir las utilidades.

Las ventas de autos en los países desarrollados se volvieron estáticos, por que se han reducido a la reposición de vehículos, que se traduce en tasas de crecimiento de entre el 1 y 3% al año.

Y bueno las empresas transnacionales se vieron obligadas a buscar nuevos mercados en el resto del mundo, donde la distribución de vehículos oscila en un 20% con el 1 y 3% de Estados Unidos y los nuevos mercados que se buscaron fueron los de Asia y Latinoamérica ya que su demanda es cada vez mayor a pesar de esto la producción crece mas rápido que la demanda debido a la afluencia de inversión que se registro entre 1997 y 1998 de General Motors, Chrysler, Ford, Toyota entre otras, por lo que ha habido un exceso mundial de autos.

La capacidad excesiva no es para siempre por que la presión de alinear la oferta con la demanda podría conducir a una o varias empresas a la quiebra o producir varias funciones para reducir la capacidad o desintegrar a los gigantes que hacen todo.

Por cualquier lado que se quiera ver la sacudida que se de tendrá grandes implicaciones por que la capacidad de autos ha cobrado mucha importancia a la manufactura, el empleo y las sensibilidad política; por ejemplo "las 3 principales compañías manufactureras del mundo General Motors, Ford y Toyota y 13 de las principales empresas manufactureras a nivel mundial que son automotrices emplean a 2.5 millones de personas en el mundo y 3 veces más están empleados en talleres y en las industrias que prevén de las partes de las ensambladoras"<sup>(31)</sup>.

Si la empresas transnacionales automotrices en el mundo operaran a toda su capacidad se podrían producir mas de 80 millones de autos incluyendo vehículos como: camionetas y autos deportivos. Actualmente se producen menos de 65 millones de automóviles y solo se ocupa el 73% de la capacidad

---

31. Mundo Ejecutivo. "1000 empresas más importantes del mundo, sección automotriz y autopartes" 2000-2001. pp.118.

Para las empresas es mala noticia, pues la tasa de uso de su capacidad instalada de la industria automotriz es del 80 al 90% por lo que dicen que es saludable.

Debido a los cierres periódicos en la que se requieran para nuevos productos que a pesar de ello las empresas tienen atractivos rendimientos, para la cual se tienen las siguientes explicaciones:

- “Los “mercados maduros” especialmente los de Europa compran los autos simplemente por reemplazo y esto provoca que no haya un crecimiento neto, pues algunas personas quieren evitar los congestionamientos y el daño al medio ambiente causado por los autos.
- Los fabricantes de autos usan para reducir sus costos y mejorar la eficiencia y se llama globalización y funciona así: al fabricar en todo el mundo y vender variaciones del mismo producto en muchos mercados, las empresas de autos han impulsado las utilidades más altas de las que habrían sido de otro modo o sea que ya no crean más autopartes sino lo que hacen es que las mismas que son para unos modelos las puedan ajustar a nuevos modelos por ejemplo los chasises, los motores, cajas de velocidades y otros accesorios. Y es ahí donde está su rendimiento”<sup>(32)</sup>.

### **6.3 Evolución de la industria automotriz en México.**

El desarrollo de la Industria automotriz en México ha atravesado por periodos distintos que ha su vez ha enfrentado varios problemas en su crecimiento, así como de estrategias de las grandes transnacionales para sobresalir e intervención de del Estado mexicano en la Industria terminal. Durante el gobierno de Porfirio Díaz a finales del siglo XIX logró integrar el país a la economía mundial como exportador de productos agrícolas y minerales mediante condiciones favorables al capital extranjero, así como el desarrollo de una red de ferrocarriles para integrar el mercado nacional.

Ello logro profundas contradicciones sociales y económicas bajo una creciente concentración de la riqueza por los altos niveles de explotación y represión que a la postre sería la causa del estallido de la revolución mexicana. En cuestión de la Industria Automotriz ya había importaciones sólo que no estaban registradas un ejemplo es cuando en 1911 entra Francisco I. Madero a la ciudad en un Ford Modelo T.

Ya en 1925 una de las primeras empresas en establecerse en México fue la Ford Motor Company y su proceso de fabricación que tenía era el de ensamblado que fue considerado como de menor complejidad tecnológica, utilizaba una abundante mano de obra y todas las autopartes eran importadas. Esta empresa al ser la única que operaba en el país se vio beneficiada con los altos precios de los automóviles en el mercado nacional.

---

32. Mundo Ejecutivo. “1000 empresas más importantes del mundo, sección automotriz y autopartes” 2000-2001. pp.120.

Para estimular el establecimiento de las plantas ensambladoras dentro del país el Estado decidió hacer el decreto de 1925 en la cual se rebajaron las tarifas de importación de partes completas de automóviles a un 50%, un año después se les otorgo extensiones fiscales a las empresas que se instalaran en el país

En 1935 General Motors también se establece en nuestro país y tres años después lo hizo la empresa Fabricas Auto-Mex mas tarde llamada Chrysler. En este periodo las inversiones crecieron de una manera importante haciendo que se instalaran dieciocho empresas. El interés principal de estas empresas extranjeras por invertir en el país se debió a la existencia de un mercado con una gran expansión, una mano de obra barata, con unos costos bajos en el transporte de mercancías y con apoyo del Estado para crear instituciones e infraestructura para su desarrollo.

**Cuadro 7**  
**Empresas establecidas en México durante la primera fase de desarrollo**

<b>Empresa</b>	<b>Fecha de Establecimiento</b>
Ford Motor Company, S.A	Julio de 1925
Automotriz O Farril, S.A	Mayo de 1935
General Motors de México, S.A de C.V	Octubre de 1935
Fabricas Auto-Mex., S.A	Enero de 1935
Automotriz de México, S.A	Septiembre de 1941
Automotriz Lozano, S.A	Diciembre de 1944
International Co. Of México, S.A de C.V	Diciembre de 1944
Equipos Automotrices, S.A	Enero de 1945
Armadora Mexicana, S.A	Junio de 1945
Willis Mexicana, S.A	Mayo de 1946
Automóviles Ingleses, S.A	Noviembre de 1946
Dieses Nacional, S.A	Febrero de 1951
Autos Packard, S.A	Mayo de 1951
Studebaker Packard de México, S.A	Marzo de 1953
Representaciones Delta, S.A de C.V	Junio de 1953
Volkswagen Mexicana, S.A	Enero de 1954
Planta Reo de México, S.A	Marzo de 1955
Industria Automotriz, S.A	Noviembre de 1958

Fuente. Citado por Arteaga 2003.

“Así mismo estas empresas no incidieron sobre las cadenas productivas por lo que tuvieron que importar todas las partes y esto represento que no incidiera en el desarrollo del país a través de la demanda de otros sectores de materias primas que se requerían para su producción como lo eran el acero, hule, vidrio, hierro, aluminio, plomo, cobre, plástico, textiles, entre otros”<sup>(33)</sup>

33 Napio Grande Jaime. “Política de estado en la industria automotriz 1925-2003” Tesis Facultad Economía 2006 pp.13-19.

Durante la Segunda Guerra Mundial favoreció al sector automotriz, puesto que las transnacionales en su país de origen reorientaron su sistema productivo, para abastecer a sus países que participaban en la guerra. Una vez terminada la Guerra el número de automotores registrados en el país se había incrementado de una manera notable ya que los automóviles pasó de 40,076 a 113,317 unidades.

En 1948 el Gobierno mexicano puso una serie de medidas para frenar las importaciones de automóviles y estimular el ensamblado interno, por lo que introdujo cuotas de importación de automóviles terminados.

Estas medidas únicamente favorecieron a las empresas ensambladoras y no así a la industria de Autopartes que la puso en riesgo porque no estaba en condiciones de competir con las empresas transnacionales.

Estas medidas únicamente favorecieron a las empresas ensambladoras y no así a la industria de Autopartes que la puso en riesgo porque no estaba en condiciones de competir con las empresas transnacionales.

En 1951 se hizo una nueva estrategia para la restricción de las partes y componentes automotrices a los automóviles ensamblados en la cual se fijaron precios oficiales a los automóviles por vez primera, en la cual se daba un aumento anual hasta 1958 cuando ya fue congelado.

Este mismo año se creó el Comité consultor sobre importaciones de automóviles el cual tenía como responsabilidad autorizar la importación de automóviles a todas aquellas empresas que cumplieran con los requisitos de precio de venta nacional con una diferencia mínima al precio de venta en sus países de origen, pero tenían que contar con distribuidores, talleres de reparación y servicio al menor costo posible.

En 1958 había 19 empresas, 12 eran ensambladoras y el resto eran importadoras de vehículos, trayendo como consecuencia un mercado interno muy diversificado con un total de 75 marcas diferentes y 117 modelos a la venta.

Esta diversidad de modelos y marcas hicieron casi imposible la producción interna de autopartes por los elevados costos y requerimientos tecnológicos, pues impidieron su producción estandarizada en masa.

En 1962 el Gobierno Mexicano emite un decreto que prohíbe la importación de motores para automóviles. El objetivo fue el de acelerar el proceso de la sustitución de importaciones y reducir el déficit comercial que era provocado por la importación de partes, componentes y materiales de ensamble para armar los vehículos.

Decretos emitidos por el gobierno mexicano para promover la industria automotriz.

Decreto de 1962.

- Los vehículos terminados no podían ser importados por México
- El contenido local debía ser de 60% del costo directo de producción
- Los materiales extranjeros requerían tener un permiso
- Cada compañía tenía un límite máximo de producción
- Las empresas de autopartes no podían pertenecer a las ensambladoras y debían tener al menos el 60% de capital humano.

Regulación de 1969.

- Las ensambladoras fueron fomentadas para que exporten
- Los límites de producción fijados en 1962 son modificados
- Las exportaciones son utilizados como punto de referencia para determinar los niveles de producción

Decreto de 1977.

- Las exportaciones fueron un requisito para producir en México
- La ensambladoras tienen que racionalizar su producción
- Las manufacturas debe generar empleos
- El desarrollo de la región de la frontera norte es promovido
- El apoyo del gobierno es ofrecido para los proveedores de autopartes mexicanas
- La comisión-Secretarial es creada para vigilar la industria

Decreto de 1983.

- Para 1984, debe de haber 3 líneas con 7 modelos por empresa armadora; 2 con 5 en 1985 y 1986.
- Para 1987, cada empresa armadora tiene sólo una línea de producción y cinco modelos
- Una segunda línea de producción es permitida únicamente con fines de exportación y está sujeta a una escala de distintos niveles de contenido local: si el 80% de la producción es exportado, el requisito local aumenta a 56%
- Tanto las empresas como los productores de autopartes deben mantener una balanza comercial positiva
- Aumentar el grado de integración nacional en 10% para la producción de vehículos de pasajeros y 20% para camiones pesados y autobuses.
- La producción de motores de 8 cilindros queda prohibida.

Decreto de 1989.

- Cada productor puede importar vehículos sin exceder de 15% del número de vehículos vendidos por dicho productor en México durante los años modelo de 1991 y 1992. Este número aumentara a 20% para los años modelo de 1983 y 1994.
- Por cada peso/dólar importado en vehículos nuevos, el productor deberá exportar 2.50 pesos/dólares para el año modelo 1991; para los años modelo 1992 y 1993, y 1.75 para los modelos 1994
- 36% del valor agregado en vehículos debe comprender componentes producidos por la industria mexicana de autopartes; 36% de partes manufacturadas por los productores de autos en México deben estar hechas en la industria mexicana de autopartes

La industria automotriz fue producto del cuestionamiento que se valorizo a partir de que estalla la crisis mundial a mediados de los años setenta y el alza de los precios internacionales del petróleo. En el caso de nuestro país la crisis se postergo debido a la intervención del Estado por medio de una política expansionista, en 1982 cuando estalla la crisis económica el proceso de reestructuración de la industria automotriz se convirtió en una prioridad para la supervivencia de las empresas automotrices.

Con la perdida de competitividad de los productores americanos frente a los productores japoneses y europeos en el mercado internacional obligo a replantear sus estrategias de inversión y producción a escala. Las nuevas plantas que se abrieron en el país fueron para destinar una buena parte de su producción al abastecimiento al mismo mercado norteamericano de automóviles, motores y partes sueltas para automóviles. Así las filiales de las empresas en nuestro país pasaron a asumir una actitud mas activa y se convirtió en una pieza clave para su supervivencia

“Los beneficios que trajeron las empresas transnacionales al establecerse en México y las ventajas que el gobierno mexicano ofreció. Lo que México buscaba era industrializar al país, como parte de su política de sustitución de importaciones”<sup>(34)</sup>.

Beneficios de las transnacionales y del gobierno mexicano para la consolidación de una Industria Nacional en la cual se ofrecieron las siguientes ventajas por las transnacionales.

- Conocimientos a fondo de la industria y de los mercados
- Capital
- Habilidades gerenciales y administrativas
- Tecnología
- Canales de distribución
- Conocimientos de las preferencias de los consumidores

---

34. Carrillo, Jorge y Patricia García, “Etapas Industriales y conflictos laborales: la industria automotriz en México” Estudios sociológicos, No 14. Mayo-Agosto de 1987, pp.325.

### Ventajas ofrecidas por el gobierno mexicano

- Infraestructura
- Mercado interno
- Materia prima
- Acceso barato a los recursos naturales
- Reducción a aranceles
- Simplificación de los trámites gubernamentales
- Impuestos reducidos

En 1969, existieron dos planes que reforzarían a la industria automotriz mexicana el de importación podría ser por las exportaciones que fue la que se aprobó y se dio lugar a un incremento en los vehículos exportados.

“Planes de reforzamiento para la industria automotriz mexicana.

#### Plan de fusión

- Apoyado por Automex y Chrysler
- Promovido por la Secretaria de Hacienda
- Buscaba una industria más competitiva
- Se realizaría una fusión entre las compensas VAM, DINA, FANASA Y AUTOMEX.

#### Plan de exportación

- Respaldo por Ford Promovido por la Secretaria de Comercio
- Las empresas podrían tener una cuota de importación de sus autopartes, de acuerdo con sus niveles de exportación alcanzados.

La industria automotriz creció a una tasa anual promedio de 10.3% durante 1975-1981 y en el mismo periodo, su participación en el PIB de manufactura fue de 7.5%”<sup>(35)</sup>. Esta industria resultaba cara debido a la cantidad de empresas que fabricaban una gran gama de modelos destinados principalmente al mercado nacional restringido, pero el auge económico del petróleo en 1978-1981 aumentó en gran proporción la demanda interna y ocultó temporalmente este problema.

En 1982 la crisis económica afectó seriamente a la industria. Ya que la producción total de automóviles y camiones de carga disminuyó 51.6% entre 1981 y 1983, la producción en 1987 era de (395,258 vehículos) apenas fue superior a la de 1975.

Esta crisis del mercado automotor nacional después de 1982 obligó al gobierno mexicano y a las empresas transnacionales a considerar el futuro de la industria.

“El gobierno de Miguel de la Madrid emitió un decreto con el propósito de mejorar la eficiencia industrial, limitando el número de marcas y modelos permitidos los cuales desde 1987 cada empresa sólo podía producir una marca y cinco modelos, aumentando las partes de fabricación nacional para todos los automotores y fomentando las exportaciones”<sup>(36)</sup>.

---

35. Carrillo, Jorge y Patricia García, “Etapas Industriales y conflictos laborales: la industria automotriz en México” Estudios sociológicos, No 14. mayo-agosto de 1987, pp.325.

36. “Decreto para la realización de la Industria Automotriz”, Diario Oficial de la Federación, 15 de noviembre de 1983, pp.3-9

Por otra parte las empresas transnacionales siempre se opusieron a esta reducción del número de marcas y modelos. Con el mercado interno en crisis, estas compañías aumentaron las exportaciones de 15 a 819 de 155 a 983 vehículos terminados entre 1982 y 1987, y de 320, 301 a 1, 431, 733, motores durante el mismo periodo.

**Cuadro 8**

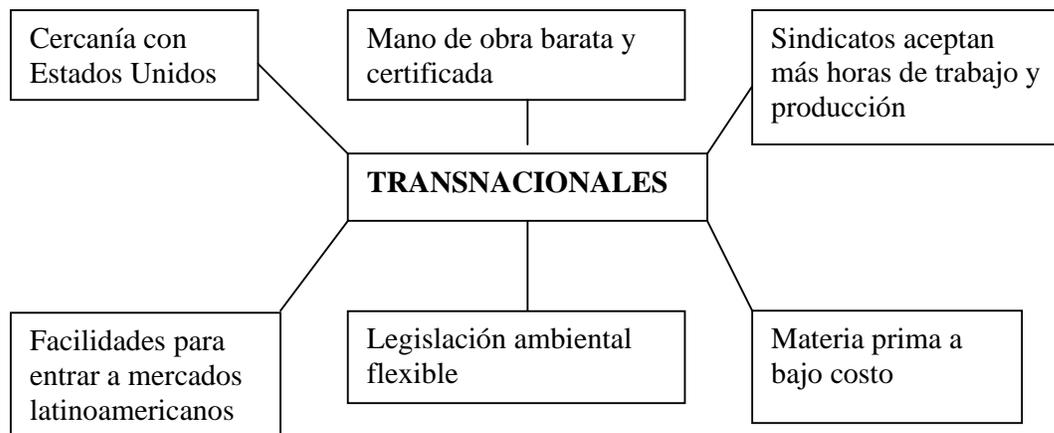
**Factores de las empresas transnacionales para su establecimiento en México.**

<b>FACTORES</b>	
<b>LO ECONÓMICO</b>	Los automóviles se producen en pesos y se comercializan en dólares. El 80% de la producción se destina a los mercados internacionales y el 20% se comercializa en el país.
<b>EI SINDICATO</b>	No cuenta con organizaciones sindicales tan fuertes como las que prevalecen en EEUU o Europa que puedan detener las líneas de producción las veces que quiera ya sea por demanda salarial o por mejores condiciones de calidad de vida No se respetan cuando se les pide trabajar mas rápido, siendo un riesgo latente. Los grupos sindicales que representan sus trabajadores no se oponen a estas formas de trabajo con mas turnos y mas producción y menos salario.
<b>EL ASPECTO AMBIENTAL</b>	No cuenta con la legislación ambiental tan estricta como las que se aplican en la Unión Europea y EE UU
<b>ACCESO A LOS MERCADOS LATINOAMERICANOS Y EE UU</b>	En términos de convenios entre los dos países. Por los convenios y acuerdos con América del Norte, Costa Rica, Nicaragua, el Triangulo del Norte, el G3 y Chile, entre otros.

Fuente. Elaboración propia

En general la creciente inversión extranjera que se ha producido en México en cuestión de industria automotriz, genera motivos suficientes para que las empresas extranjeras vean a México como una acción que no representa conflictos para invertir y producir por lo cual nuestro país se seguirá calificando como subdesarrollado.

**Cuadro 9**  
**Factores para entrar al mercado nacional.**



Fuente. Elaboración Propia

"Estas son algunas de las razones por las cuales las empresas transnacionales se trasladan a México y se utiliza para el lanzamiento de nuevos productos"<sup>(37)</sup>.

El panorama para la industria automotriz en México es parte de este ámbito y de sus consecuencias favorables y desfavorables. Conviene recordar que territorialmente somos parte de uno de los mercados que consume entre el 25% y 30% de la producción mundial vehículos, que tenemos mano de obra especializada todavía a costos convenientes, que ciertos bienes y servicios son más caros que en países de economías de primer nivel.

"El parque vehicular mexicano tiene gran cantidad de vehículos obsoletos, inseguros y contaminantes por lo que urge un esquema de reciclado, el que hoy existe es aún muy incipiente, falta infraestructura para la producción, esto detiene a la toda la cadena de valor de la industria"<sup>(38)</sup>.

En muchas empresas los sistemas de costeo son obsoletos o mal diseñados, lo que lleva a la incorrecta interpretación y de los costos y planes fallidos.

China nos ha desplazado del primer lugar de la proveeduría a los Estados Unidos de Norteamérica. La infraestructura en México requiere urgentemente nuevas inversiones y renovaciones, incentivos para atraer y retener la inversión.

"Entre las posibles soluciones que mitigan o reducen las consecuencias para las empresas en México, están entre otras, las siguientes:

37. Senado de la República. "La industria automotriz ante el TLCAN" junio 2003. p.19-20.

38. Mundo Ejecutivo. "1000 empresas más importantes del mundo, sección automotriz y autopartes" 2003-2004. pp.106.

- Reaccionar con eficacia y eficiencia al constante requerimiento de reducción de costos, en la magnitud requerida.
- Para tener éxito es necesaria la participación y consenso de los productores de vehículos con los proveedores, a nivel casa matriz, y derramar los acuerdos a todas las entidades de ambos lados dondequiera que se encuentren. Esta evaluación debe hacerse con frecuencia. Las imposiciones ya no están dando el resultado esperado.
- Permanente identificación de costos que no agregan beneficios al consumidor final y que simultáneamente no incrementan valor para los accionistas. La reducción de costos viene de las mejoras tecnológicas, principalmente en la electrónica.
- Rápida redimensión de la capacidad instalada, para expandirla o reducirla, según las condiciones del mercado.
- Mayor calidad de los servicios que dan los distribuidores a los consumidores finales, e integración selectiva de los distribuidores. El distribuidor es quien conserva o destruye la lealtad del consumidor. Deben establecerse programas estrictos de cumplimiento y evaluación de entrenamiento del personal y de implementación eficaz de las políticas del fabricante de vehículos que corresponda. El precio también es un elemento preponderante.
- Se requieren financiamientos aún más convenientes, se ha avanzado pero aún no son suficientes. La oferta de vehículos no está bien vinculada con la demanda, se requieren todavía programas de financiamiento más atractivos. El arrendamiento financiero podría ser una buena opción, pero aún sigue siendo más caro en relación a las otras opciones.
- Identificar y analizar las diferencias entre las metas y realidades, conservarlas y hacer planes específicos que logren estas últimas. Algunas empresas han sido exitosas porque en cada proyecto analizan el pasado, el presente y el futuro y para el diseño de nuevos productos y servicios obtienen la colaboración de los consumidores finales, de los proveedores y los empleados.
- La reducción de los costos debe preverse antes de iniciar la fabricación de un nuevo producto, una vez que la producción ha empezado el proceso de reducción es mucho más complejo y en ocasiones será necesario tomar medidas drásticas. La mejora continua es el recurso para reducir costos<sup>(39)</sup>.

Centrar el enfoque en productos y clientes redituables, diversificar ambos, ampliar la gama y buscar economías de escala.

Evaluar alianzas tecnológicas e inversiones conjuntas nacionales e internacionales..  
Redimensionar el tamaño de la infraestructura de las plataformas de producción. Se tiene que reaccionar con oportunidad y agilidad. Las páginas Web deben ser diseñadas eliminando la forma convencional. Deben ser innovadoras para posicionar al producto.

---

39. Mundo Ejecutivo. "1000 empresas más importantes del mundo, sección automotriz y autopartes" 2004-2005. pp.200.

Pasar a ser proveedor de módulos o ser parte de una cadena de abastecimiento. Ir a la modularización es el presente viable de muchas empresas y son quienes tendrán el poder de la producción y de los costos en el futuro cercano.

Desarrollar mejores prácticas de eficacia y eficiencia en la región de que se trate y después con otros países. El e-business debe rediseñarse. Su aplicación ha demostrado que aún se necesita relación Inter-personal para que ciertas operaciones tengan éxito. Lo actual sobrevivirá, pero con enfoque diferente, aun los servicios de "e-proveeduría".

Los programas requieren también revisar la remuneración gerencial. Evaluar la cultura interna de negocios de la empresa, hay administraciones que aún piensan que México es un ente independiente y que los tiempos pasados volverán. Habrá casos que requieren cambios menores y en otros los cambios culturales deben ser radicales. Monitoreo rápido del crecimiento del producto en el mercado.

En breve se darán a conocer las nuevas disposiciones para la importación de vehículos con grado autorizado de contenido regional, que aplicarán a partir del 1 de enero del 2004.

El programa de competitividad para la industria automotriz busca que hacia el 2010 México alcance una producción anual de cuatro millones de unidades, lo cual en los próximos siete años, la industria automotriz y de autopartes requerirán inversiones por cerca de 20 mil millones de dólares para abrir nuevas plantas, incrementar el mercado de postventa, el de atención al consumidor y sustituir importaciones, para la cual es necesario realizar un ajuste fiscal.

"El objetivo de este programa es ubicar a México cómo el quinto productor del ramo a escala mundial para el 2010 apoyado en las exportaciones y en el creciente mercado interno. Ya que hoy México es el noveno fabricante de automóviles mas grande del mundo"<sup>(40)</sup>.

Para cumplir con este objetivo se requiere duplicar su capacidad instalada en menos de siete años. Para esto tiene que haber una inversión anual de 500 millones de dólares por empresa terminal, lo cual va exigir la eliminación de la carga fiscal en la materia.

Los industriales prometen devolver al fisco un beneficio por 234 mil millones de pesos y hacia el 2010 se comprometen a convertir a la industria automotriz mexicana en la 5ª productora mundial de vehículos después de Alemania, Estados Unidos, Japón y por supuesto China.

Esta promesa incluye elevar a 4 millones de unidades y generar un total de 800 mil empleos. El programa establece la necesidad de atraer nuevos proyectos de manufactura por parte de la industria terminal que consoliden a México como una plataforma exclusiva de fabricación de productos globales.

Se contempla incentivar la adquisición de vehículos nuevos y seminuevos en el mercado interno a través de esquemas de financiamiento con el apoyo del gobierno federal, que abarcan desde la renovación de flotillas públicas o privadas, hasta la venta, incluso al contado, a diversos sectores, como profesores, universitarios, funcionarios, entre otros.

Para ello revisará el Decreto Popular, a fin de ampliar el límite de precio y modificar los requisitos, y se instrumentarán acciones que faciliten al consumidor el pago de su unidad por nómina, por Fonacot, entre otros.

Para medir los avances de este programa se establecerá un comité interinstitucional integrado por dependencias y entidades públicas y los sectores interesados de la industria, que presidirá la Subsecretaría de Comercio, el cual sesionará una vez por mes, y rendirá un informe semestral al presidente de la República.

El programa, que se inscribe en los objetivos de la Política Económica para la Competitividad, tiene como meta constituir al país en el centro manufacturero automotriz más importante de América Latina. México sigue siendo muy competitivo como lugar de producción, se van a seguir viendo inversiones en nuevos modelos, aunque por el momento no se sabe si en nuevas plantas. El mercado interno puede seguir desarrollándose, entre otras cosas, la inflación se mantiene controlada, porque ellos contiene las tasas de interés y por lo tanto los bancos y las empresas comerciales y de las armadoras pueden otorgar créditos.

En este programa se explica que éste representa una inversión desde el punto de vista fiscal y no un costo, ya que el sacrificio actual de los ingresos públicos quedará compensado con el flujo de ingresos futuro que el mismo programa genera.

Es decir que con 800 mil empleos que se alcancen el incremento por Impuesto al Valor Agregado, sobre el Producto del Trabajo (IPT), y sobre Nómina (ISN), sería de 17,800 millones de pesos; mientras que por venta adicional de un millón de vehículos en el mercado interno se obtendrían 12,190 millones de pesos más en Impuestos al Valor Agregado (IVA), Impuesto Sobre la Renta (ISR), gastos en placas, seguros y 50% del pago actual de la tenencia.

Por el millón y medio de unidades más que se prevé exportar se originaría 5,070 millones de pesos de ISR; y una mayor integración de partes y componentes automotrices 4,140 millones de pesos vía ISR e IVA, para los años 10 del programa se generarían recursos públicos adicionales por 43,700 millones de pesos.

Pero aplicando una tasa anual de crecimientos equivalente a la de la producción, la cifra total sería de 265,703 millones de pesos.

---

Para ello se requiere que el gobierno sacrifique los recursos que recibe eliminando el ISAN y reduciendo al 50% la tasa de tenencia sobre los dos millones de unidades que se estima vender en el mercado interno, lo que implicaría una reducción de ingreso fiscales de 20 mil millones de pesos.

“Además habría gastos públicos adicionales para apoyar el desarrollo por 4 mil millones de pesos, incentivos a la inversión, vía créditos fiscales del 30% o aportaciones directas, por 6,000 millones de pesos; un costo para el gobierno de 500 millones de pesos por cada uno de los tres Centros de Desarrollo Automotriz que se crearán; una cifra similar en capacitación en mano de obra; y un gasto anual de mil millones de pesos de infraestructura, solo para cumplir con el programa”<sup>(41)</sup>

#### Inversión Extranjera Directa.

Para 1989, se incorporaron varias medidas para la liberalización de la inversión extranjera que esta establecida tanto en la regulación de la ley para la Promoción de Inversión Mexicana y la regulación de la Inversión Extranjera de 1973. Estas regulaciones promovieron de una manera positiva la inversión, ya que para obtener una licencia, era muy corto, e inclusive, en muchas ocasiones, se otorgaba automáticamente.

Pero para diciembre de 1993, se adoptó una nueva ley de Inversión Extranjera, que vino a modificar sustancialmente a la ley de 1973. De acuerdo a la nueva Ley la mayoría de las actividades económicas fueron liberalizadas y la inversión extranjera ya puede participar en la expansión de una inversión, en la creación de una nueva línea de productos y en el establecimiento de inversión en nuevas áreas de la actividad económica.

“La ley prohíbe la imposición de requisitos que distorsionen el comercio internacional, con respecto al establecimiento, operación o expansión de una inversión”<sup>(42)</sup>.

---

41. Rodríguez Flavio Irene. “Con ayuda del Fisco, rodara la Industria Automotriz”. Milenio, 12 Agosto de 2002.  
pp. 36

42. Investment Policies and Implementation, ([www.actetsme.org](http://www.actetsme.org)), 2001

---

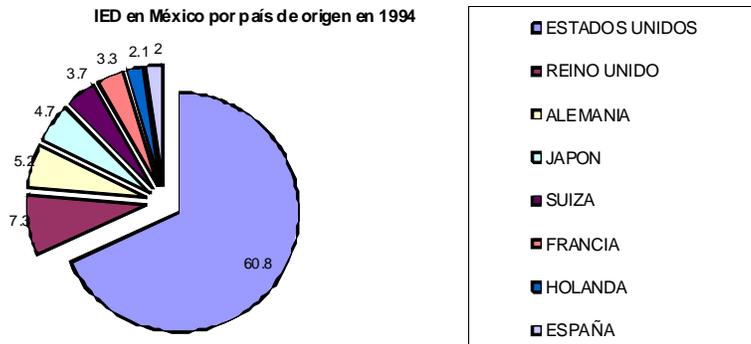
**Cuadro 10**  
**Actividades que fueron liberadas hasta Agosto de 1995.**

<p><b>BAJO LA NUEVA LEY DE INVERSIÓN EXTRANJERA</b></p>	<p>La industria ferrocarrilera se clasificó como una actividad reservada al Estado                  Se permitió participar a la inversión privada en este sector                  Puede participar la inversión extranjera hasta en un 49%                  En telefonía celular puede ser hasta de un 100%</p>
<p><b>LA LEY PARA LAS CORPORACIONES FINANCIERAS</b></p>	<p>Se permite a la inversión extranjera en un 49% siempre y cuando aquellos países tengan un acuerdo al respecto.                  Se permite participar a:                  Compañías de interés para                  Grupos financieros,                  Bancas comerciales,                  Instituciones de crédito y finanzas para especialistas en el mercado                  Y antes se les permitía una participación de 30% de estas actividades.</p>
<p><b>DECRETO DE ENMIENDA LEY REGULADORA DEL ARTÍCULO 2 CONSTITUCIONAL CON RESPECTO AL PETRÓLEO)</b></p>	<p>Hay una participación del 100% de la IED en:                  Transporte                  Almacenamiento                  Distribución de gas                  Instalación de equipos y ductos                  Para la explotación de gas</p>

Fuente. Elaboración propia

Al final de 1994, la Inversión Extranjera Directa (IED) estaba distribuida de la siguiente forma:

**Gráfica 1**

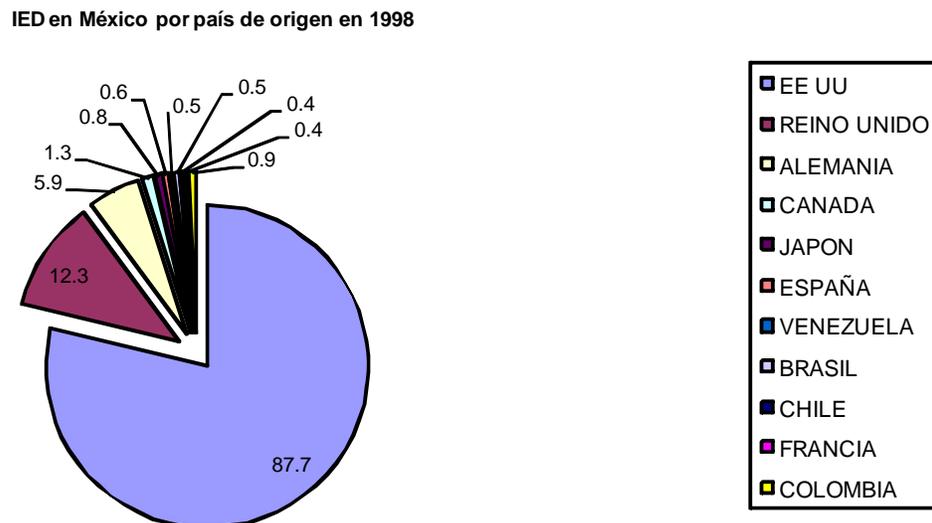


Fuente. Elaboración con datos de Investment Policies and Implementation, 2001

La mayor concentración de la inversión extranjera para México en Agosto de 1994, estaba en la manufactura con 39.9% del total; los servicios comunitarios ascendían a 31.4; servicios financieros con 8.5%; transporte y comunicaciones con 8.5%; el comercio con 7.9% construcción con 3.5%; y otros con 0.3% de 1994 a 1998 México fue el segundo receptor mas grande de IED entre los países en vía de desarrollo, con un flujo promedio anual de 10 mil millones de dólares.

En 1998, México recibió 10.2 mil millones de dólares de IED y se tuvo tal y como se muestra en la siguiente grafica por país de origen.

**Gráfica 2**



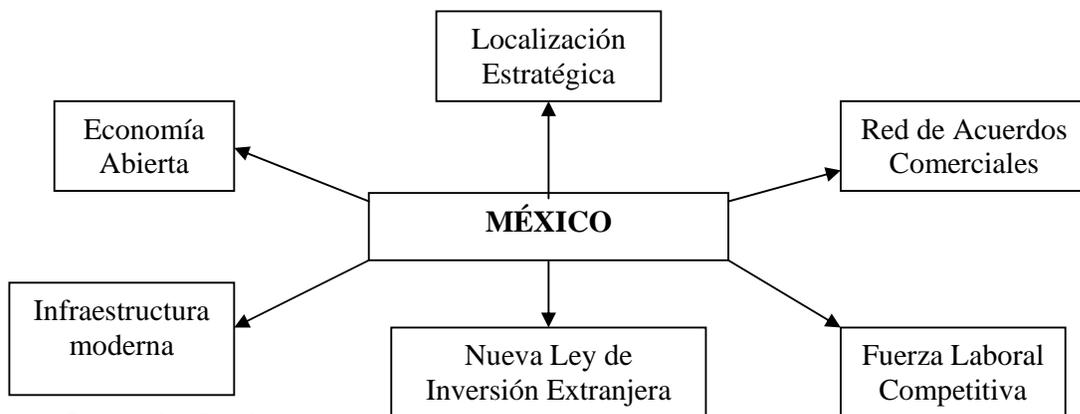
Fuente: Gráfica elaborada con base a datos de Investment policies and implementation 1999

“Las políticas de la IED en México obedece a la economía abierta. Los objetivos que persigue esta política en nuestro país son los siguientes:

1. La creación de más y mejores empleos
2. La participación de capital fresco en la economía
3. Mayor calidad de producción domestica a través de la competencia
4. Transferencia de tecnología y capacitación de recursos humanos
5. Fomento a la competencia internacional
6. Incremento a la exportación de productos que no sean petróleo”<sup>(43)</sup>.

Estas son algunas de las ventajas que México ofrece a los inversionistas extranjeros:

**Cuadro 11**  
**Ventajas para inversionistas extranjeros en México.**



Fuente. Elaboración Propia.

La Inversión Extranjera Directa en la industria automotriz.

De acuerdo con la Secretaria de Economía “en el mes de septiembre de 2002 se contó con el registro de 615 empresas con inversión extranjera directa ubicada en la industria automotriz; esto es, el 2.4% del total de las sociedades con capital extranjero que se establecen en el país (25,451) de enero de 1999 y septiembre de 2002, las empresas con inversión extranjera directa en la industria automotriz invirtieron en México 6,038.1 millones de dólares, cantidad que equivale al 23.9% de la inversión extranjera directa del total de empresas ubicadas en el sector manufacturero (25,453.3 millones de dólares)”<sup>(44)</sup>.

Este capital foráneo que se canalizó a la industria automotriz se distribuyo tal y como se muestra en las siguientes graficas:

---

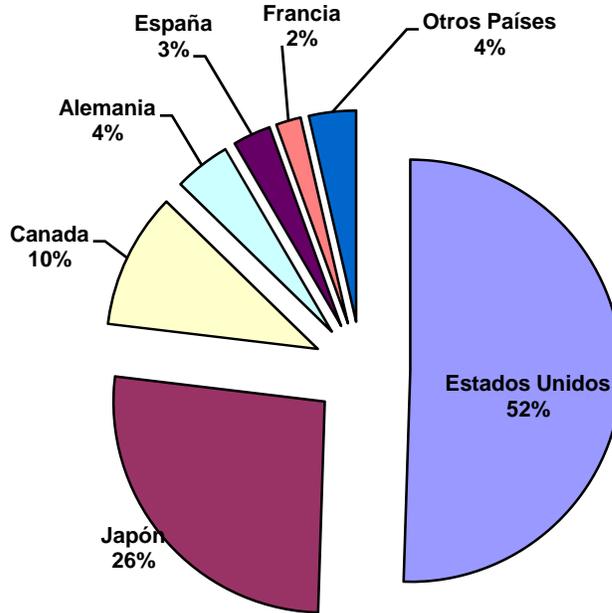
43. Investment Policies and Implementation, ( www.actetsme.org), 2001

44. Instituto de investigaciones del senado de la república “la industria automotriz en el TLCAN” Julio 2003 pp. 46

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
 El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

**Gráfica 3**

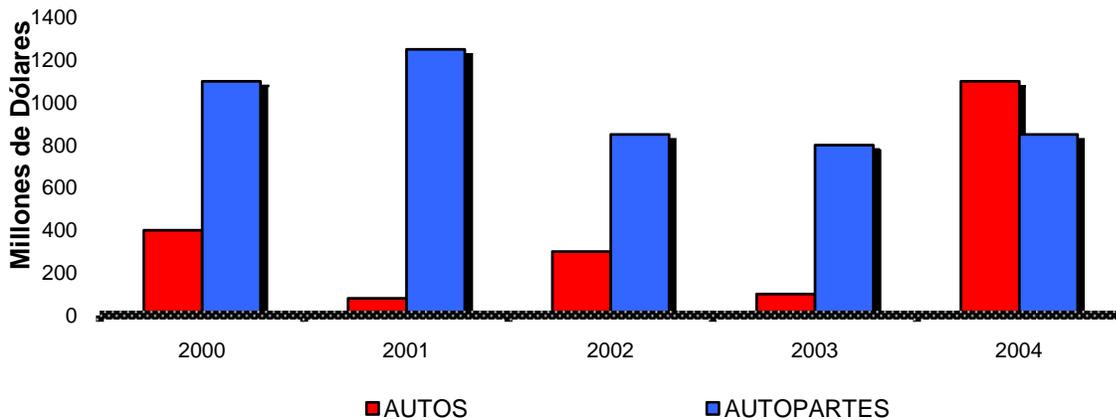
**Distribución del capital foráneo en la industria automotriz**



Fuente. Secretara de Economía, URL: <http://www.economia.gob.mx>, Febrero de 2003.

**Gráfica 4**

**IED en la industria automotriz 1994-2004**



**La IED del sector autopartes, en los últimos cinco años, suma: 5,026 millones de dólares**

Fuente. Industria Nacional de Autopartes con información de la Secretaría de Economía, URL: <http://www.economia.gob.mx>

### Marco laboral de la industria automotriz.

“Entre 1961 y 1975 tres sindicatos de la industria automotriz rompieron sus vínculos con la CTM (Diesel Nacional, Volkswagen y Nissan): estas se unieron a la Unidad Obrera independiente, para aumentar su poder de negociación con la patronal; mientras que Ford redefinió sustancialmente su relación con esa central obrera”<sup>(45)</sup>.

Las décadas de los setenta y ochenta representaron el surgimiento de una industria automotriz mundial altamente competitiva. Esto llevó a que las transnacionales ejercieran nuevas alianzas corporativas, con nuevas técnicas de producción y con mayor flexibilidad en las relaciones laborales.

Al inicio de la década de los ochenta, México se enfrenta a dos situaciones. Por un lado, se agudizaba la tendencia de producción integrada gradualmente. La crisis económica de 1982 llevó a una rápida caída de la demanda interna.

### **Cuadro 12** **Estrategias de la industria automotriz**

<b>PRIMERA ESTRATEGIA</b>	<b>SEGUNDA ESTRATEGIA</b>
Cambió la modalidad y la ubicación de producción construyendo en el centro Y norte del territorio nacional plantas que exportaban. Reducción de costos de mano de obra y se emitió influencia de los sindicatos en el proceso productivo.	Bajar los costos de producción y mejorar la calidad del producto en las instalaciones mexicanas Adoptando reglas de trabajo flexibles, la rotación de puestos, la clasificación de tareas ampliamente definidas, formación de equipos trabajos y círculos de calidad.

Fuente. Elaboración propia.

“De acuerdo a este contexto, las transacciones adoptaron dos estrategias para lograr medias de producción más flexibles en México”<sup>(46)</sup>.

“La capacidad de negociación de los trabajadores es factor clave que determinan el proceso de reestructuración y depende de tres factores:

- La capacidad de negociación de los trabajadores en el lugar de trabajo
- La capacidad de organización de los trabajadores de la industria automotriz de todo el país
- El grado de influencia que tenga el sindicalismo organizado en la política nacional”<sup>(47)</sup>.

45. And Conflict in Company Capitalism, Nueva York, Oxford University Press, 1984, pp. 164-165

46. Middlebrook, Kevin. “Las dimensiones políticas de la reestructuración industrial: el caso de la industria automotriz mexicana”, Política comparada, Vol. 23, núm. 3, Abril de 1991. pp. 21-22

47. Cameron Diaz “Social Democracy, Corporatism, Labour Quiescence and the Representation of Economic”

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de  
comercialización.

pp.21-22

La evolución del empleo en el sector automotriz por rama de actividad económica, tuvo un crecimiento de 1990 al 2003 que representó el 2.8%, sin embargo no en todas las ramas que componen esta industria tuvieron un crecimiento en el nivel del empleo, solamente la tuvieron la rama de carrocerías, motores, partes y accesorios para vehículos automotores tuvieron un crecimiento del 4.3% de 1990 al 2003.

**Cuadro 13**  
**Obreros ocupados en la industria automotriz por rama de actividad económica, 1990-2003**

Año	Total Industria Automotriz	Vehículos Automotores	Carrocerías, motores, partes y accesorios para vehículos automotores	Equipo y material de transporte
1990	269855	44.623	190788	34444
1991	269810	46912	174732	37166
1992	304296	46020	232797	25479
1993	275180	41502	207810	25868
1994	270620	37518	209164	23938
1995	259371	32228	207681	19462
1996	288353	35096	233017	20240
1997	326827	38184	268973	19670
1998	364719	43453	300589	20677
1999	386240	45582	319079	21583
2000	420446	48180	351007	21259
2001	396247	45819	330051	20377
2002	389908	41237	328443	20228
2003	384643	35670	331022	17951

Fuente: INEGI 2005.

En el cuadro anterior se muestra que el mayor descenso de obreros ocupados se da en 1991 cuando la rama de carrocerías, motores, partes y accesorios para vehículos automotores registró una tasa de crecimiento negativa de -6.3%. Esta situación se prolongó en todas las ramas hasta la crisis de mediados de los noventas.

En el año de crisis el nivel de ocupación es el mas bajo de todo el periodo y de 1996 al 2000 se tuvo una ligera recuperación.

Los mayores niveles de productividad que se han alcanzado en el sector si bien han permitido aumentar la producción de vehículos y autopartes, esto no se vió reflejado en un aumento en los niveles de ocupación ni en las remuneraciones de los obreros.

**Cuadro 14**

**Afiliación de empresas automotrices mexicanas por sindicato (1989)**

<b>Empresas mexicanas de automóviles</b>	<b>Afiliación</b>
<p><b>GENERAL MOTORS</b>                      Toluca                      Distrito Federal                      Ramos Arizpe</p>	<p>CTM                      CROC                      CTM</p>
<p><b>NISSAN</b>                      Lerma                      Aguascalientes                      Cuernavaca</p>	<p>CTM                      CTM                      Sindicato Independiente</p>
<p><b>FORD</b>                      Hermosillo                      Chihuahua                      Cuautitlán</p>	<p>Sindicato Nacional de Trabajadores                      de la Ford Motor Company</p>
<p><b>CHRYSLER</b>                       Distrito Federal                      Toluca                      Ramos Arizpe</p>	<p>Sindicato Nacional de Trabajadores                      de la Industria                      Automotriz, Similares y Conexos                      de la República Mexicana</p>
<p><b>VOLKSWAGEN</b>                       Puebla</p>	<p>Sindicato Independiente</p>

Fuente. Elaboración con datos tomados del año 1989

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
 El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de  
 comercialización.

***Cuadro 15***  
**Producción de la industria automotriz en México por empresas 1970-1974**

<b>EMPRESA</b>	<b>1970</b>	<b>1971</b>	<b>1972</b>	<b>1973</b>	<b>1974</b>
<b>TOTAL</b>	<b>132,862</b>	<b>153,412</b>	<b>163,005</b>	<b>200,147</b>	<b>248,574</b>
CHRYSLER	25,050	24,512	23,724	26,860	35,643
DIESEL	12,326	12,705	15,304	15,180	17,353
FORD MOTOR	22,538	25,460	25,750	24,649	33,534
GENERAL MOTOR	13,798	15,113	11,810	17,041	17,969
NISSAN	11,667	14,326	17,480	19,374	19,797
VEHÍCULOS AUTOMOTORES	11,857	13,202	13,537	15,401	20,173
VOLKSWAGEN	35,626	48,098	55,400	81,642	104,105

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) Número De Unidades Producidas.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
 El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de  
 comercialización.

*uadro 16*

**Producción de la industria automotriz en México por empresas 1975-1979**

<b>EMPRESA</b>	<b>1975</b>	<b>1976</b>	<b>1977</b>	<b>1978</b>	<b>1979</b>
<b>TOTAL</b>	<b>237,118</b>	<b>212,549</b>	<b>187,637</b>	<b>242,519</b>	<b>280,051</b>
CHRYSLER	33,518	33,983	38,736	43,008	50,653
DIESEL	19,151	23,159	20,602	13,572	14,366
FORD MOTOR	33,335	21,826	26,130	31,542	35,283
GENERAL MOTOR	16,576	18,671	17,889	21,752	24,778
NISSAN	23,727	24,082	24,984	26,571	35,744
VEHÍCULOS AUTOMOTORES	21,960	22,047	16,462	19,768	20,309
VOLKSWAGEN	88,851	68,781	42,834	86,306	98,918

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) Número De Unidades Producidas.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
 El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de  
 comercialización.

***Cuadro 17***  
**Producción de la industria automotriz en México por empresas 1980-1984**

<b>EMPRESA</b>	<b>1980</b>	<b>1981</b>	<b>1982</b>	<b>1983</b>	<b>1984</b>
<b>TOTAL</b>	<b>303,056</b>	<b>355,497</b>	<b>300,579</b>	<b>207,137</b>	<b>231,578</b>
CHRYSLER	56,838	58,110	39,143	26,203	35,713
RENAULT	21,615	22,204	21,319	19,057	18,635
FORD MOTOR	37,755	54,594	36,797	26,851	25,817
GENERAL MOTOR	16,999	27,357	21,250	14,996	17,431
NISSAN	35,648	47,449	48,824	40,541	43,979
VEHÍCULOS AUTOMOTORES	21,168	23,904	6,950	1,400	
VOLKSWAGEN	113,033	121,879	126,296	78,089	90,003

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) Número De Unidades Producidas.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
 El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

***Cuadro 18***  
**Producción de la industria automotriz en México por empresas 1985-1990**

<b>EMPRESA</b>	<b>1985</b>	<b>1986</b>	<b>1987</b>	<b>1988</b>	<b>1989</b>	<b>1990</b>
<b>TOTAL</b>	<b>246,960</b>	<b>169,567</b>	<b>142,436</b>	<b>208,781</b>	<b>273,738</b>	<b>345,551</b>
CHRYSLER	39,032	27,459	23,174	48,800	57,058	52,472
RENAULT	19,779	2,660				
FORD MOTOR	38,372	20,016	15,805	32,454	47,580	45,987
GENERAL MOTOR	18,667	14,260	11,518	15,089	22,839	32,782
NISSAN	52,284	44,541	48,286	60,076	70,005	79,953
VOLKSWAGEN	78,826	60,631	43,653	52,362	76,256	134,357

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) Número De Unidades Producidas.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

***Cuadro 19***  
**Producción de la industria automotriz en México por empresas 1991-1993**

<b>EMPRESA</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>
<b>TOTAL</b>	<b>378,558</b>	<b>429,069</b>	<b>389,503</b>
CHRYSLER	64,567	83,724	57,636
FORD	55,021	68,167	52,533
GENERAL MOTOR	38,862	49,590	50,534
NISSAN	77,697	95,776	98,946
VOLKSWAGEN	142,411	131,812	129,854

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) Número De Unidades Producidas.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
 El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

***Cuadro 20***  
**Producción de la industria automotriz México por empresas 1994-1998**

<b>EMPRESA</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,097,381</b>	<b>931,178</b>	<b>1,211,297</b>	<b>1,339,276</b>	<b>1,427,590</b>
BMW		245	487	970	1,932
CHYSLER	243,701	205,575	361,212	355,914	359,422
FORD MOTOR	242,083	227,354	213,513	247,363	213,546
GENRAL MOTOR	161,099	198,823	267,133	300,900	316,028
HONDA		135	1,194	3,045	7,194
M BENZ	590		1,043	955	722
NISSAN	193,591	106,794	135,637	172,763	189,787
RENAULT					
VOLSWAGEN	256,317	191,438	231,078	257,366	338,959

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) Número De Unidades Producidas.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
 El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

***Cuadro 21***  
**Producción de la industria automotriz en México por empresas 1999-2005**

<b>EMPRESA</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,493,666</b>	<b>1,889,486</b>	<b>1,817,807</b>	<b>1,774,370</b>	<b>1,540,565</b>	<b>1,507,175</b>	<b>1,606,460</b>
BMW	1,596	1,594	1,001	1,046	308		
CHYSLER	330,290	404,637	395,119	380,518	308,738	341,575	343,748
FORD MOTOR	224,446	280,585	239,690	185,874	143,707	107,804	147,629
GENRAL MOTOR	331,021	444,670	447,802	508,003	471,619	486,076	428,443
HONDA	10,241	18,801	23,825	24,962	21,624	21,824	23,532
M BENZ	190						
NISSAN	185,574	313,496	327,923	328,950	291,902	313,512	349,179
RENAULT			1,757	12,141	15,414	11,042	13,543
VOLSWAGEN	410,308	425,703	380,690	332,876	287,253	225,342	300,386

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) Número de Unidades Producidas.

Nota. TOYOTA inicio producción en enero de 2006



Producción de la industria automotriz en México.

La producción total de vehículos por las armadoras instaladas en el país fue de 1 millón 606 mil unidades en 2005, con un incremento de 606% sobre el millón 507 mil unidades producidas en 2004.

“En la gráfica se puede observar que después de la caída de la producción 10 años atrás—con la crisis de 1995—la industria automotriz mostró una constante recuperación hasta llegar en el año 2000 a su máximo histórico con 1 millón 889 mil unidades, descendiendo de ahí año con año hasta el millón y medio mencionado en 2004 como se muestran en la gráfica anterior”<sup>(48)</sup>.

En el cuadro siguiente se puede observar que para el 2005, de las ocho grandes plantas industriales terminales y transnacionales automotrices, dos de ellas tuvieron una baja importante.

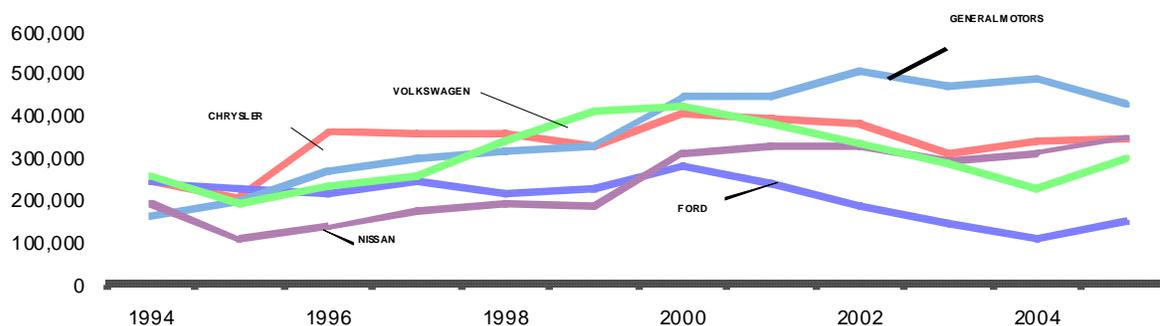
**Cuadro 22**  
**Bajas en la producción de autos**

EMPRESAS A LA BAJA	EMPRESAS DOMINANTES
RENAULT CON EL 0.8%	GENERAL MOTORS CON EL 26.7%
TOYOTA QUE INICIO OPERACIONES EN EL 2005.	NISSAN CON EL 21.7%
	CHRYSLER CON EL 21.4%
	VOLKSWAGEN CON EL 18.7%
	FORD CON EL 09.2%

Fuente. Elaboración propia

**Gráfica 6**

**MEXICO PRODUCCIÓN DE LAS CINCO PRINCIPALES AUTOMOTRICES**  
**(Miles de Unidades)**



Fuente: Gráfica de la Producción Automotriz 1994-2005

48. David Márquez Ayala: "México. La industria automotriz en 2005". Sección economía lunes 17 Abril 2006 periódico La Jornada

“La trayectoria productiva de las cinco principales automotrices en la última década ha sido, por lo demás, bastante errática. Como se muestra en la Grafica” <sup>(49)</sup>.

El destino de la producción automotriz.

Del total de las unidades producidas en el país, son destinadas al mercado interno incluso disminuido en la última década.

En 1994 fueron 522 mil vehículos, en 2000 fueron 456 mil, y en 2005 fueron 414 mil. Por tanto, el crecimiento de la producción y sus fluctuaciones en este periodo corresponden básicamente al mercado externo y a las estrategias internacionales de los corporativos.

Todavía en 1994, primer año del TLCAN, la producción automotriz en México se destinaba casi por mitades al mercado interno (47.6%) y a la exportación (52.4); ya que el año 2000 sólo una cuarta parte de la producción fue para el mercado interno y tres cuartas partes para el externo, proporción similar a la de 2005, como se muestra en el cuadro número 12.

Ventas internas e importaciones y exportaciones.

Al mencionado sesgo exportador de las grandes armadoras ha correspondido un crecimiento espectacular de las importaciones tanto por parte de las empresas que producen en el país como de un gran número de simples importadores. “En el 2005 fueron 26 las empresas / marcas que participaron en el mercado nacional con docenas de modelos tal y como se muestra en el cuadro 13 y en la grafica 7

El mercado interno muestra de hecho una tendencia de crecimiento continuo en la última década. En 1994 se vendieron en el país 593 mil unidades, cifra que se desplomó con la crisis a 227 mil en 1995, repuntando desde ahí hasta la cifra de 1 millón 132 mil vehículos vendidos en 2005

El mercado interno es crecientemente abastecido con vehículos importados. De las 593 mil unidades vendidas en el país en 1994 sólo el 12% (71 mil unidades) fueron importadas, pero para 2005 del millón 132 mil unidades vendidas ya el 63.5% (718 mil) fueron importadas y sólo el 36.5% restante (414 mil unidades) fueron producidas en el país”<sup>(50)</sup>.

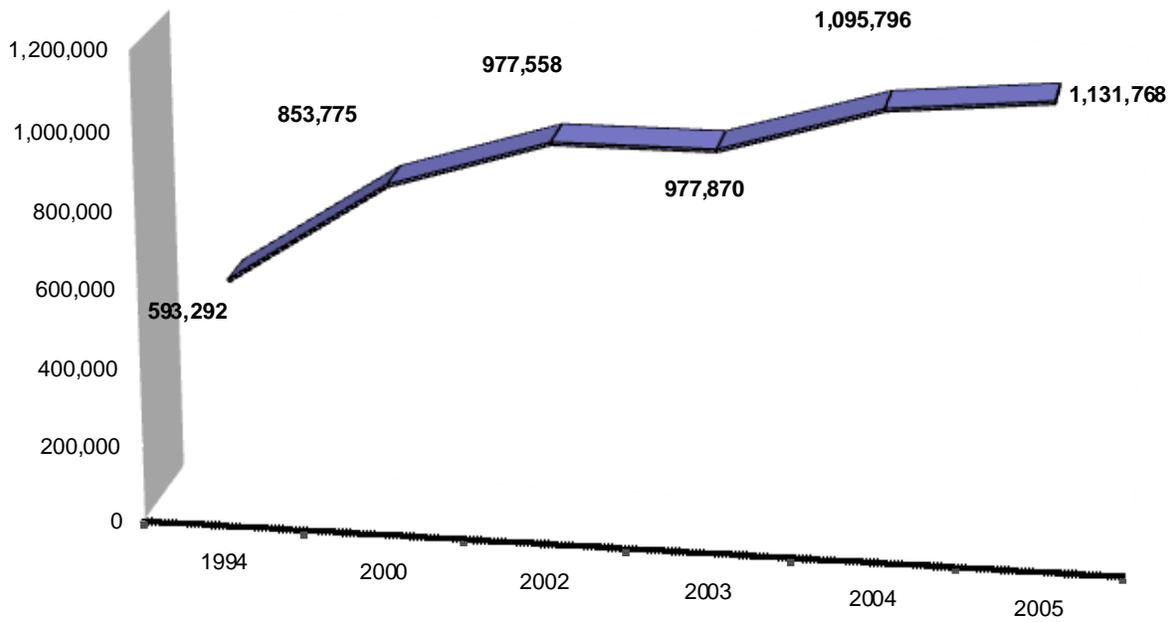
---

49. David Márquez Ayala: “México. La Industria Automotriz en 2005”. Sección Economía Lunes 17 Abril 2006. Periódico La Jornada

50. David Márquez Ayala: “México. La Industria Automotriz en 2005”. Sección Economía Lunes 17 Abril 2006. Periódico La Jornada

**GRAFICA 7**

**Ventas al público por empresa  
1994/2000-2005**



---

Fuente. Elaboración propia con datos del cuadro número 13. Incluye vehículos importados.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de  
comercialización.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

**Cuadro 23**

**Producción automotriz para el mercado interno y para el mercado externo 1994/2000-2005**

PERIODO	1994			2000			2004			2005		
	TOTAL	Merc. Inter.	Export	TOTAL	Merc Inter	Export	TOTAL	Merc Inter	Export	TOTAL	Merc Inter	Export
<b>TOTAL</b>	<b>1,097,381</b>	<b>522,350</b>	<b>575,031</b>	<b>1,889,486</b>	<b>456,488</b>	<b>1,432,998</b>	<b>1,507,175</b>	<b>405,617</b>	<b>1,101,558</b>	<b>1,606,456</b>	<b>413,610</b>	<b>1,192,846</b>
BMW				1,594	1,594							
CHYSLER	243,701	81,963	161,738	404,637	33,121	371,516	341,575	1,541	340,034	343,748	3,483	340,265
FORD MOTOR	242,083	62,338	179,745	280,585	45,834	234,751	107,804	35,449	72,355	147,629	40,546	107,083
G.M	161,099	90,716	70,383	444,670	119,248	325,422	486,076	110,163	375,913	428,439	95,214	333,225
HONDA				18,801	11,524	7,277	21,824	7,255	14,569	23,532	8,945	14,587
M BENZ	590	590										
NISSAN	193,591	129,298	64,293	313,496	159,518	153,978	313,512	178,531	134,981	349,179	193,989	155,190
RENAULT							11,042	11,042		13,543	13,543	
VOLSWAGEN	256,317	157,445	98,872	425,703	85,649	340,054	225,342	61,636	163,706	300,386	57,890	242,496

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA)

**Cuadro 24**

**Ventas internas al público por empresa (unidades) 1994/2000-2005**

	1994	2000	2002	2003	2004	2005
<b>TOTAL</b>	<b>593,292</b>	<b>853,775</b>	<b>977,558</b>	<b>977,870</b>	<b>1,095,796</b>	<b>1,131,768</b>
ACURA	-	-	-	-	63	1,030
AUDI	-	2,392	3,625	2,866	3,610	3,912
BMW	-	4,467	5,506	4,461	5,059	6,267
CHRYSLER	95,389	111,755	115,501	99,949	115,744	124,353
FORD	93,062	143,769	160,483	158,591	177,825	190,839
GENERAL MOTORS	113,593	216,658	230,636	217,965	243,748	249,842
HONDA	-	24,482	30,430	29,016	29,667	38,321
JAGUAR	-	326	1,400	764	659	416
LANDROVER	-	-	945	760	800	716
LINCOLN	-	-	-	2,549	2,746	4,311
MAZDA	-	-	-	-	-	771
M.BENZ	689	2,887	3,313	3,313	3,830	4,548
M.BENZ VANS	-	-	113	908	2,384	2,405
MG ROVER	-	-	-	797	775	311
MINI	-	-	1,545	1,801	1,750	1,902
MITSUBISHI	-	-	-	3,922	10,647	15,004
NISSAN	129,304	173,066	211,648	214,011	234,853	234,932
PEUGEOT	-	3,454	9,148	13,353	16,308	16,963
PORCHE	-	9	282	347	452	513
RENAULT	-	-	15,386	18,431	24,091	24,086
SEAT	-	-	25,116	22,130	22,704	21,089
SMART	-	-	-	141	403	522
SUSUKI	-	-	-	-	-	762
TOYOTA	-	-	-	9,839	23,876	35,318
VOLKSWAGEN	161,261	169,111	159,782	169,235	170,449	149,081
VOLVO	-	1,399	2,700	2,721	3,353	3,554

Fuente. Elaboración propia con datos de AMIA

Exportación de autopartes y de vehículos.

“Las exportaciones de autopartes ascendieron a 14,085 MD mientras que las importaciones tuvieron un valor 14,856 MD, resultando de esto un déficit comercial del sector de 771 millones de dólares. En cuanto a las exportaciones de las autopartes se centran las ventas a tres países principalmente que son EE.UU., Canadá y Alemania. Nuestro país es el tercer proveedor de autopartes mas importante para los EE.UU. después de Canadá y Japón, en cuanto a la exportación de automóviles por país de destino en el año 2001”<sup>(51)</sup>.

51. Informe de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA). No 445, diciembre 2001

“El total de los vehículos exportados en ese año fue de 1, 403,499 unidades, Tal y como se muestra en el siguiente cuadro” <sup>(52)</sup>.

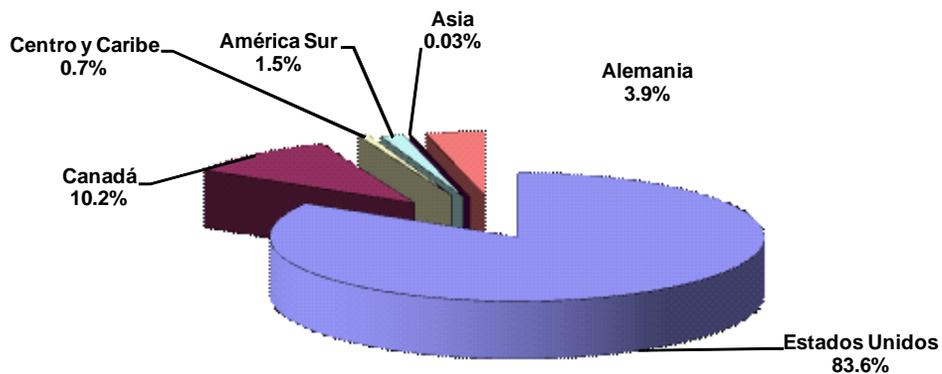
**Cuadro 25**  
**Exportación de vehículos por país.**

EMPRESA PAÍS	CHRYSLER	FORD	GM	HONDA	NISSAN	VW	TOTAL
AMÉRICA	394,909	188,008	350,393	14,522	135,060	234,053	<b>1,316,915</b>
EE UU	375,936	188,008	285,537	14,522	103,755	205,727	<b>1,173,485</b>
CANADÁ	18,943	-	114,869	-	31,305	28,326	<b>143,430</b>
CENTRO Y CARIBE	-	-2,176	788	-	6,903	2,450	<b>10,141</b>
ASIA DEL SUR	187	-	745	485	9,972	7,804	<b>21,369</b>
ASIA	-	-	-	-	27	405	<b>432</b>
EUROPA	-	-	-	-	8	54,634	<b>54,642</b>
ALEMANIA	-	-	-	-	-	54,634	<b>54,634</b>
TOTAL	395,096	190,184	351,926	15,007	151,970	299,346	<b>1,403,499</b>

Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz diciembre 2001

**Gráfica 8**

**Exportación de vehículos por país.**



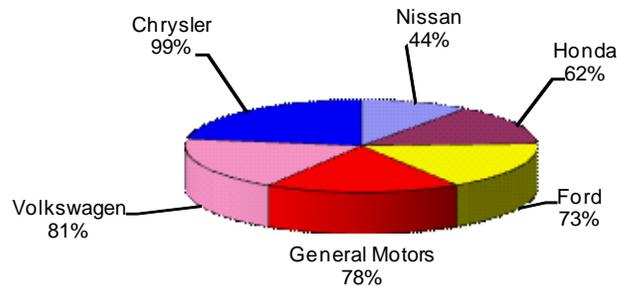
Fuente. Asociación Mexicana de la Industria Automotriz diciembre 2001

52. Informe de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA). No 446, diciembre 2001

En las siguientes gráficas (9 y 10), se muestran las exportaciones tanto de la industria automotriz como de la industria de autopartes en el año 2005.

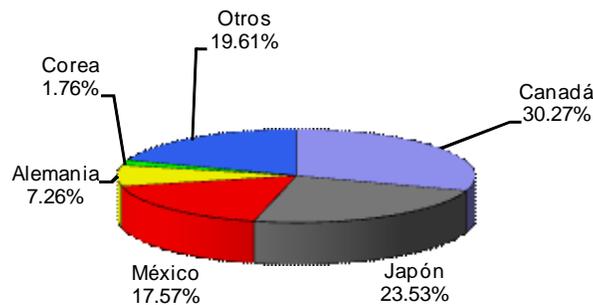
**Gráfica 9**

**Exportación de autos por empresa en el 2005 (%)**



**Gráfica 10**

**Origen de importaciones estadounidenses de autopartes 2004 (%)**



Fuente. Elaboración propia con datos de la Asociación Mexicana de la Industria automotriz (AMIA). e Industria Nacional de Autopartes (INA)

“Estas cifras muestran claramente que existe una grave concentración de destino de exportación de vehículos mexicanos hacia Estados Unidos y que el comercio es extra firme. Contrario a lo que las autoridades insisten sobre la diversificación de las relaciones comerciales, este es un ejemplo real de lo que ocurre con dichas relaciones y que podrían afectar aun mas con la intervención de China e India”<sup>(53)</sup>.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de  
comercialización.

53. Informe de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA). No 446, diciembre 2001

### 6.3.1 El sector ante la apertura comercial.

El gobierno mexicano busco establecer negociaciones comerciales para tener una mayor reciprocidad comercial a la apertura económica del país y así poder facilitar las exportaciones de la industria con la cual logró negociar su ingreso al Acuerdo General sobre Tarifas y Aranceles (GATT) en 1986. "En la cual buscaba fortalecerse como un organismo para liberar el comercio y resolver problemas comerciales con equidad, en los problemas del statu quo y el desmantelamiento de las medidas proteccionistas, el gobierno iba a exigir la no discriminación así como una mayor disciplina internacional para adoptar medidas de salvaguarda para eliminar la adopción de acuerdos voluntarios de restricción a las exportaciones"<sup>(54)</sup>.

En 1989 se hizo un acuerdo con los Estados Unidos para que se facilitara la inversión y el comercio entre los dos países de los cuales se esperaba que crecieran los flujos de inversión, pero fue todo lo contrario ya que los mecanismos fueron insuficientes e inadecuados por que la economía Americana mantenía un creciente proteccionismo como en todo país desarrollado.

Las empresas establecidas antes de 1992 recibieron un trato especial y fueron flexibles con los porcentajes de valor agregado nacional en la producción de vehículos a través de las partes y componentes por los proveedores nacionales.

Con la realización de un tratado de libre comercio se pretendía que los países involucrados se comprometieran a eliminar los obstáculos arancelarios para fomentar el intercambio.

Al principio el tratado de libre comercio estaba contemplado para que fuera sólo México y Estados Unidos, pero Canadá expreso su interés en la negociación. Es de mencionarse que en el caso de Estados Unidos y Canadá, desde la década de los 60s comenzó un acuerdo de libre comercio firmado por el gobierno americano en el proceso de integración en el sector automotor.

Esto convirtió al TLCAN en un mecanismo que institucionalizó una práctica comercial entre los tres países, al menos en la industria automotriz y las autopartes que son los artículos más comerciales entre Estados Unidos, Canadá y México.

Para México el TLCAN significo privilegiar el crecimiento económico en la industria automotriz ante el comercio exterior, a las empresas se les obligo a incrementar sus importaciones de autos nuevos para ser comercializados en el mercado interno.

---

54. Napiro Grande Jaime. "Política de estado en la industria automotriz 1925-2003" Tesis Facultad Economía 2006 pp.13-19.

Las implicaciones del TLCAN en la industria automotriz mexicana.

A partir de la entrada en vigor del TLCAN la industria automotriz se ha convertido en el mayor sector exportador de México, rebasando al petróleo y al turismo como fuente de ingresos de divisas extranjeras. Este ramo se ha visto incrementada notablemente tanto en su producción como en sus exportaciones.

En el tiempo que tiene el TLCAN, México ha escalado cinco posiciones en el ranking de mayores productores automotores a nivel mundial.

La industria de autopartes no podría ser la excepción, ya que también ha hecho un enorme esfuerzo por incrementar la calidad del equipo original, con el propósito de apoyar a la industria nacional y para incrementar la fabricación de automóviles, se requiere de una base tecnológica avanzada.

Sin embargo la industria se vio seriamente afectada en 1985, año de crisis económica, cuando hubo una considerable disminución, tanto en la producción de vehículos mexicanos. Al siguiente año esta industria se recuperó e incrementó considerablemente a sus niveles de producción y exportación.

A la entrada del TLCAN un cambio significativo fue la creación de la nueva política de inversión extranjera directa en México, esta política elimino el 49% como limite máximo para poseer una empresa automotriz. Y a hora ya es del 100%.

Las implicaciones del TLCAN en la industria automotriz estadounidense.

El TLCAN ha tenido un impacto generalmente positivo en la industria automotriz estadounidense, si se toman en cuenta las exportaciones, importaciones, la producción y la actividad de investigación que conlleva la industria con la fortaleza de la economía estadounidense en el periodo de 1994-1998.

Las restricciones que México imponía a las importaciones automotrices, considero un aumento en las exportaciones de vehículos de pasajeros y camiones estadounidenses. Esto permitió a las automotrices de EEUU, incrementar su inversión y planes de producción a lo largo de la región Norteamericana.

En el caso de las autopartes el escenario no ha sido muy favorecedor para el sector estadounidense ante el canadiense y el mexicano. "Las importaciones de las autopartes de los países socios del TLCAN, sobre todo de México, se han incrementado considerablemente; mientras que las exportaciones de autopartes a estos dos socios suyos han permanecido estables, mientras que las exportaciones de autopartes a estos dos socios han permanecido estables, las exportaciones al resto del mundo, si ha existido un rápido incremento"<sup>(55)</sup>.

---

55. Instituto de investigaciones del Senado de la República "la industria automotriz en el TLCAN" julio 2003. pp. 58-60.

Las Implicaciones del TLCAN en la industria automotriz canadiense.

Esta industria automotriz se ha enfrentado a una serie de retos a partir del TLCAN y en especial, a partir de la entrada de México a un acuerdo comercial en el que Estados Unidos y Canadá eran los únicos socios.

En esta rama el principal reto es ver si todavía es capaz de mantener su posición en el mercado estadounidense, ante los crecientes niveles de exportación que México lleva a cabo hacia EEUU.

Los vehículos mexicanos cada vez mas incursionan en el mercado Estadounidense, así como en el mercado canadiense.

Las importaciones de autopartes y vehículos mexicanos en Canadá se han incrementado, tomando en cuenta el nivel de comercio que existe entre ambos países. Su déficit comercial automotor con México se a duplicado en el periodo de 1992-1998.

“Ahora excede el déficit que Canadá tiene con Japón, y es casi 5 veces más grande del déficit que tiene con todo Europa”<sup>(56)</sup>.

Anexo 300—A. Comercio e inversión en el sector automotor.

El 31 de Diciembre del 2003 se reviso la situación del sector automotor en América del Norte y la eficacia de las medidas a que se refiere este anexo, con el fin de establecer las acciones que pudieran adaptarse para fortalecer la integración y la competitividad global de este sector.

“En el merco del TLCAN en el mercado mexicano que estaba cerrado se abre a la competencia norteamericana a lo largo del periodo de transición de diez años. Al término de este plazo, las partes y vehículos a producidos en Canadá y Estados Unidos gozarán del mismo acceso al mercado mexicano que las partes y vehículos mexicanos han tenido durante mucho tiempo a los mercados canadienses y estadounidenses”<sup>(57)</sup>.

Canadá y el apéndice 300 – A.1

Nos dice que Canadá y Estados Unidos podrán mantener el Agreement Concerning Automotive Products (Autopact) firmado en 1965, cuyos derechos y obligaciones se incorporan al TLCAN en el cual sólo se ha modificado la aplicación de la regla de origen para que ésta se aplique a las exportaciones automotrices canadienses que ingresen a Estados Unidos

---

56. Weintraub, Sydney, y Christopher Sands. “ The Impact of NAFTA on the Auto Industry in Canada”, The North American Auto Industry Under NAFTA, CSCI PRESS, Washington, 1998, p. 169.

57. Instituto de Investigaciones del Senado de la República “la industria automotriz en el TLCAN” julio 2003 pp. 61-62

Canadá seguirá administrando los programas de exención de aranceles automotrices conforme al acuerdo del libre comercio hasta su expiración comenzará a reducir sus restricciones para la importación de vehículos usados provenientes de México, hasta su eliminación total al cabo de diez años. Comenzando el primero de enero del 2009.

**Cuadro 26**  
**El proceso de apertura para la entrada libre de vehículos usados provenientes de México a Canadá.**

<b>Fecha de apertura</b>	<b>Antigüedad de vehículos para ingresar libremente</b>
1º. de enero de 2009	Por lo menos 10 años
1º. de enero de 2011	Por lo menos 8 años
1º. de enero de 2013	Por lo menos 6 años
1º. de enero de 2015	Por lo menos 4 años
1º. de enero de 2017	Por lo menos 2 años
1º. de enero de 2019	No habrá ninguna restricción

Fuente. Anexo 300 – A del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

[URL:http://www.nafta-sec-alena.org](http://www.nafta-sec-alena.org), marzo del 2002.

#### México y el apéndice 300 – A.2

México mantuvo hasta el primero de Enero de 2004, el decreto para el fomento y modernización de la industria automotriz.

Se modifico mediante la eliminación inmediata de los límites para las importaciones de vehículos basados en las ventas en el mercado mexicano; la modificación inmediata de los requisitos relacionados con la balanza comercial, a fin de que las empresas de la industria terminal puedan reducir gradualmente el nivel de las exportaciones de vehículos, y la eliminación al termino de periodo de transición de requisito de que solo puedan importar vehículos las empresas de la industria terminal; al cambio de las disposiciones sobre el valor agregado nacional, reduciendo gradualmente el porcentaje de partes que deba adquirirse a los fabricantes mexicanos de partes; la inclusión de las compras a las maquiladoras independiente en el cálculo de este porcentaje, la garantía de que los fabricantes de partes canadienses, mexicanos y estadounidenses podrán participar en el creciente mercado mexicano sobre bases competitivas, al tiempo que se requiere a las empresas de la industria terminal de México que durante el periodo de transición continúen adquiriendo partes fabricado por productores mexicanos; y la eliminación del requisito del valor agregado nacional al termino del periodo de transición.

“México eliminará gradualmente la prohibición de importar de vehículos usados originarios de América del Norte en el transcurso de un periodo de transición de 10 años que comenzará el primero de enero de 2009”<sup>(58)</sup>.

58. Instituto de Investigaciones del Senado de la República “la industria automotriz en el TLCAN” julio 2003

**Cuadro 27**

**El proceso de apertura para la entrada libre de vehículos usados provenientes de Estados y Canadá a México.**

<b>Fecha de apertura</b>	<b>Antigüedad de vehículos para ingresar libremente</b>
1º. de enero de 2009	Por lo menos 10 años
1º. de enero de 2011	Por lo menos 8 años
1º. de enero de 2013	Por lo menos 6 años
1º. de enero de 2015	Por lo menos 4 años
1º. de enero de 2017	Por lo menos 2 años
1º. de enero de 2019	No habrá ninguna restricción

Fuente. Anexo 300 – A del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

URL:<http://www.nafta-sec-alena.org>, marzo del 2002.

Estados Unidos y el apéndice 300 – A3

“Estados Unidos modificará la definición de los autos de fabricación nacional conforme a las normas de la Corporate Average Fuel Economy (Ley CAFÉ)<sup>(59)</sup>, a fin de incluir contenido mexicano, como producto nacional para los automóviles exportados a ese país.

Es decir, “Estados Unidos considerará un automóvil como de producción nacional en un año modelo, si al menos el 75% del costo al fabricante del automóvil atribuible al valor agregado en Canadá, México o Estados Unidos, a menos que el ensamblado del automóvil se termine en Canadá o México y no se importado a Estados Unidos antes de la terminación de los 30 días siguientes al término del año modelo”<sup>(60)</sup>.

El contenido canadiense de los vehículos a sido tratado como producto nacional desde que entraron en vigor las estipulaciones de la Ley sobre Rendimiento Corporativo de Combustible (Ley café), en 1975, que establece que los automóviles se consideran de producción nacional si al menos el 75% del costo es atribuible al valor agregado. Al término del periodo de transición de diez años, los contenidos canadienses mexicano y estadounidense recibirán tratamiento igualitario conforme a la definición de contenido de esta Ley.

59. Esta ley consiste en dos promedios de eficiencia para el uso del combustibles, una para los vehículos producidos en estados unidos otra para los importados, que contaban con mas 75% de contenido de norteamericano (estadounidense o canadiense). Las autopartes mexicanas no podían contarse en el promedio de vehiculos internos de las empresas.

60. Anexo 300-A, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, [URL:http://www.nafta-sec-alena.org](http://www.nafta-sec-alena.org). Marzo 2002.

“En cuestión de inversión, México permitirá inmediatamente que inversionista de Canadá y estados Unidos posean el 49% de la propiedad de una empresa de autopartes conforme a la definición del Apéndice 300 – A.2.”<sup>(61)</sup> Ya que a partir del 1º de Enero de 1999, inversionistas canadienses y estadounidense pueden ya ser propietarios del 100% de dicha empresa.

### **6.3.2 La Fase de transición del TLCAN.**

Va de la fecha en que entro en vigor el TLCAN en 1994, donde a partir de está fecha México hizo compatible las disposiciones del tratado junto con las disposiciones del Decreto Automotriz y las reglas de Aplicación del mismo

En 1995 se emitió el primer decreto sobre la Industria Automotriz el cual reforma y adiciona al decreto para el fomento y la modernización de la industria automotriz emitido en 1989 con el objetivo de no contravenir con lo estipulado en el apéndice 300-A2. Este nuevo decreto se ratificaron acuerdos que tendrían vigencia hasta año 2003.

En 1997 se emitió un primer acuerdo par la modificación del acuerdo anterior que determino las reglas de la aplicación del decreto para el fomento y la modernización de la industria automotriz.

En 1998 se emitió un segundo decreto el motivo por el que se estableció fue debido a las recientes reformas administrativas que afectaban a la comisión intersecretarial de la industria automotriz. En el cual se reforman y adicionan los en balanza comercial y el valor agregado de sus productos por un contador ante la Administración de Auditoria Fiscal Federal del Servicio de Administración Tributaria.

“En este año también se emitió un segundo acuerdo para la modificación de las reglas de aplicación del decreto automotriz, el cual se considero la importancia de que la industria de Autopartes y proveedores nacionales entreguen los porcentajes de valor agregado nacional de los productos automotrices que vendían a las industria terminal”<sup>(62)</sup>.

“En el 2002 antes de que fuera revisado el decreto de promulgación del TLCAN, fue necesario emitir un tercer acuerdo que modificaría las reglas de aplicación para el fomento y modernización de la industria automotriz”<sup>(63)</sup>. Este se debió a que el decreto para el fomento y modernización de la industria automotriz y sus reglas de aplicación no eran claras al señalar los requisitos para que las empresas pudieran ser reconocidas como industria terminal fabricante de vehículos automotores.

---

61. Empresa de la Industria de Autopartes que opera y produce en México constituida u organizada de conformidad con la legislación mexicana

62. Diario Oficial de la Federación, 16 de Junio de 1998b

63. Diario Oficial de la Federación, 3 de Diciembre de 2002a

Durante el gobierno de Zedillo se emitieron dos decretos mas para reformar y adicionar al decreto para el fomento y modernización de la industria automotriz y tres acuerdos para determinar las reglas de aplicación al interior del decreto.

Para obtener un registro como empresa de la Industria Terminal, Fabricante de Vehículos Automotores ante la Secretaría de Economía deben de ser constituidas como una sociedad o sociedades cuyas acciones o administración sean controladas directa o indirectamente por una sola persona física o moral.

Deben de presentar proyectos de inversión para el establecimiento de plantas de fabricación o ensamble de vehículos nuevos con una inversión mínima de 100 millones de dólares antes de que finalizara el 2005 y comprobar la adquisición de activos para la fabricación automotriz y un programa de adquisiciones de partes y componentes nacionales o de desarrollos nuevos.

La negociación de los tres socios comerciales.

Estados Unidos.

“Las tres grandes automotrices estadounidenses, quienes eran sensibles a la competencia, adoptaron una posición proteccionista ante el TLCAN. Ford, Chrysler y General Motors pidieron una previsión de contenido regional mas alto del 50%.

En especial, Ford y Chrysler pedían un contenido regional de 70%; mientras que General Motors demandaba un 60% de contenido regional”<sup>(64)</sup>.

Lo que pedían era un “Sistema Atado” que les aseguraría a las cinco compañías mas importantes en México una posición privilegiada dentro del mercado nacional durante los siguientes 15 años.

Bajo esta propuesta sería reducido mas rápidamente, mientras que para las nuevas empresas automotrices que incursionaran en el mercado de México tendrán un periodo de transición de 15 años para la eliminación de los requerimientos y las tarifas arancelarias.

“Lo que estaba atrás de está propuesta era la preocupación de que el TLCAN permitiera que México funcionara como plataforma de exportación de las automotrices extranjeras hacia el mercado de Estados Unidos”<sup>(65)</sup>.

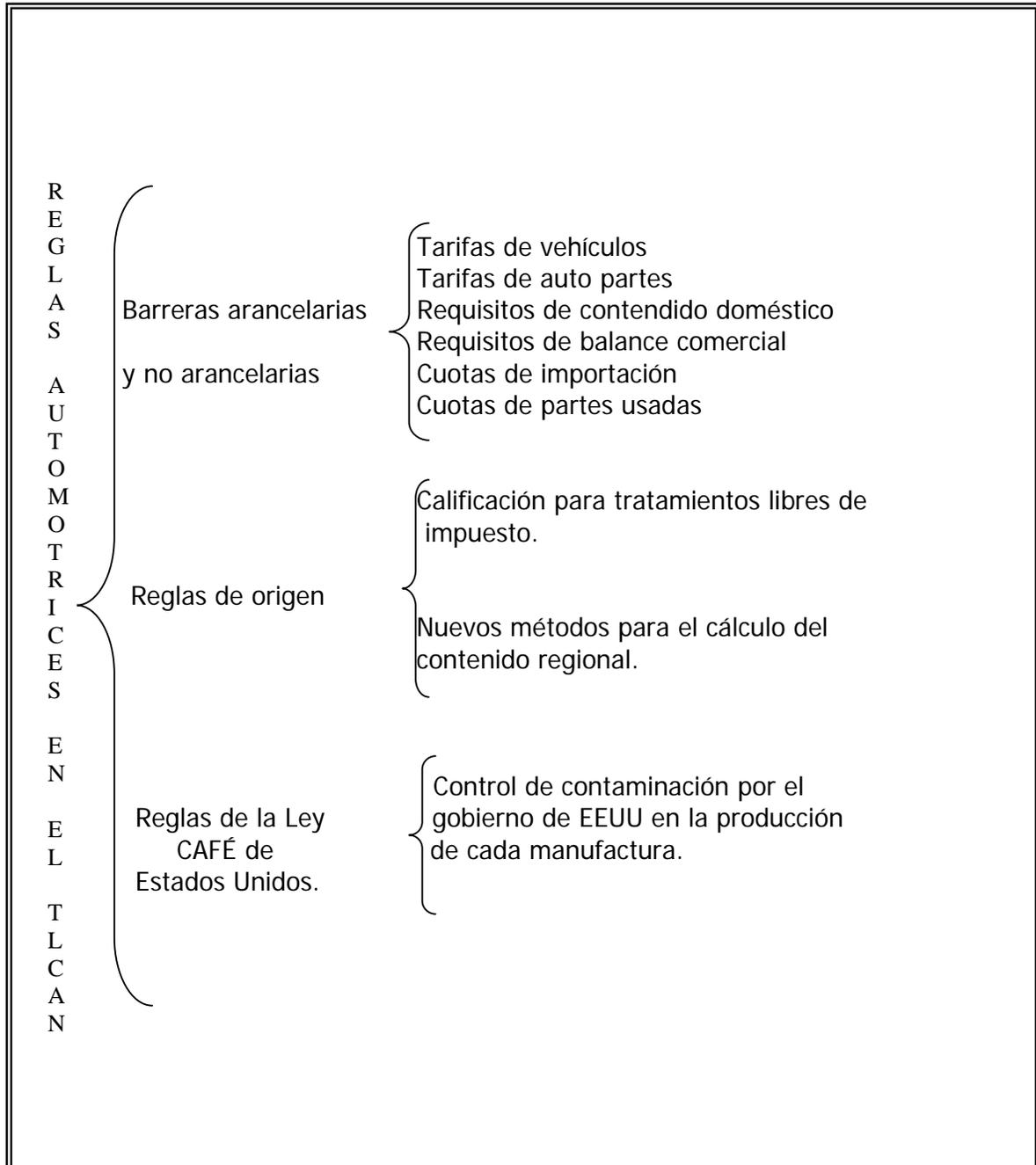
---

64. El contenido se refiere a la proporción de la producción del contenido de un automóvil realizada dentro de un lugar específico el cual le va permitir al vehículo cruzar la frontera sin pagar los derechos arancelarios

65. Inside US Trade, septiembre de 1991, pp. 3-5.

En el siguiente cuadro se observan las reglas automotrices bajo el TLCAN

**CUADRO 28**  
**Reglas automotrices en el TLCAN**



Fuente. Instituto Internacional de Economía, 1992.

“Y también el interés de que México entrara al TLCAN, en cuestión de la industria automotriz, era la amplia apertura del mercado a los vehículos importados”<sup>(66)</sup>.

#### Canadá

Las tres grandes de Canadá adoptaron la misma posición de las de Estados Unidos con respecto al TLCAN. El sector de autopartes canadiense estaba preocupado por la posible pérdida de empleos que resultaría de la entrada de México al TLCAN, por eso este sector apoyo el requerimiento de contenido doméstico fuera mayor y pedían el 75% de la región norteamericana.

“Con esto buscaba tener las previsiones establecidas en el AUTOPACT, lo que aseguraría la preservación de los empleos, mejoraba el acceso de las autopartes y vehículos canadienses al mercado mexicano, y resolvía algunos asuntos pendientes sobre las reglas de origen que quedaron sueltos”<sup>(67)</sup>.

#### México

La industria automotriz y el sector de autopartes de México se opusieron a las peticiones de los otros socios. No aceptaron ni el “Sistema Atado” ni el contenido regional que estaba muy elevado.

“Con esta posición fue que el periodo de transición para el cumplimiento de los requeridos del TLCAN, estuvieran basados en el Decreto Automotor de 1989”<sup>(68)</sup>.

México buscaba mantener únicamente las provisiones necesarias para seguir siendo un lugar atractivo a las inversiones de las empresas transnacionales.

México quiso mantener las provisiones establecidas en el Decreto Automotor de 1989, o sea, mantener un contenido domestico de 39%, pero después se unió a la propuesta canadiense del 50%.

---

66. Se debe a las regulaciones del gobierno mexicano que requería que el 2.5 vehiculos fueran producidos en México, por cada vehículo en el país.

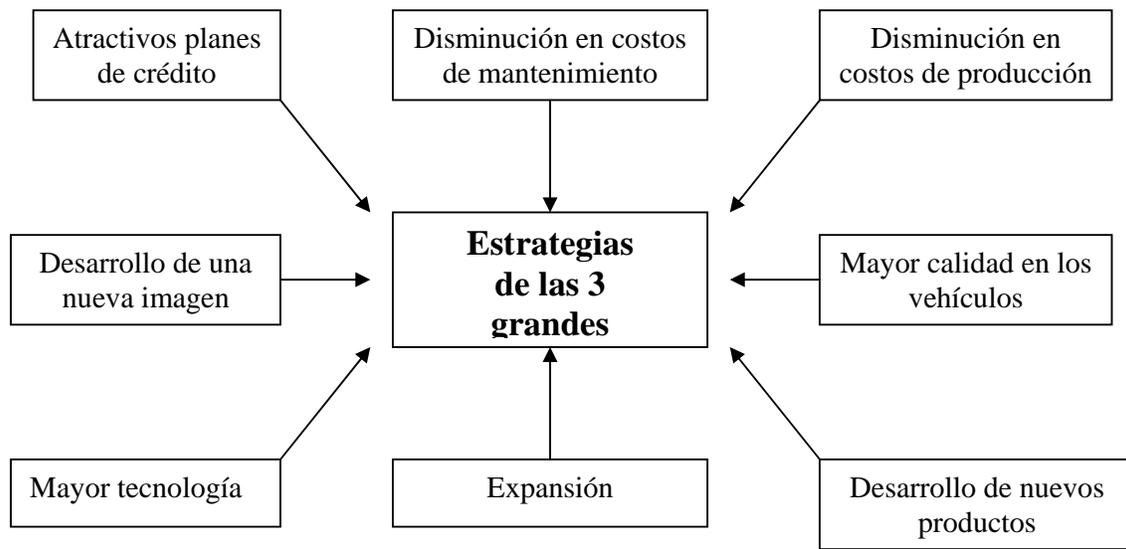
67. Requería que las ensambladoras estadounidenses produjeran un vehículo en Canadá por cada vehículo vendido en el país.

68. El Decreto Automotor de 1989, entro en vigor el 1° de Noviembre de 1990, liberalizando algunas de las condiciones bajo las cuales operaban en México las empresas automotrices.

Las Estrategias de los tres grandes ante el TLCAN.

En este cuadro se pueden ver las estrategias generales que siguieron las tres empresas automotrices estadounidenses.

**Cuadro 29**  
**Las estrategias de las tres grandes empresas.**



Fuente. Elaboración propia

La previsión automotriz establece en cuatro partes interrelacionadas como fue logrado el creciente acceso al mercado mexicano:

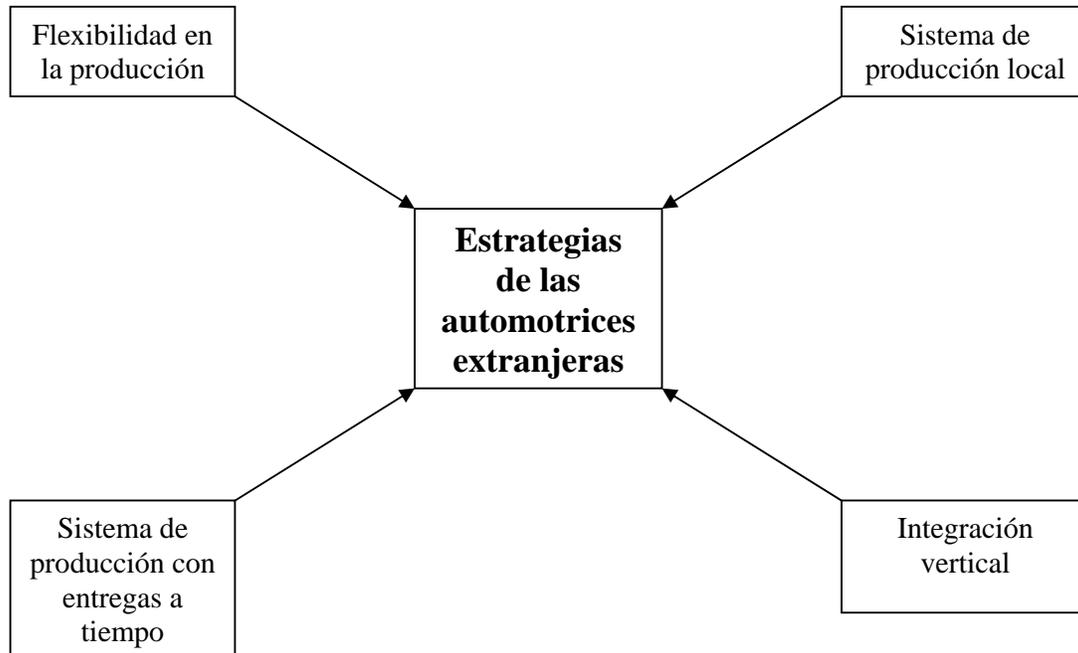
- Una disminución a las barreras a la importación
- La liberalización de las leyes y regulación sobre inversión
- Cumplimiento de los requisitos de realización por parte de México las reglas de origen

Como resultado de las negociaciones acerca de las reglas de origen dentro del TLCAN, las empresas automotrices extranjeras vieron afectados sus intereses.

Para poder permanecer en el mercado automotor norteamericano se tuvo que incrementar el porcentaje de contenido regional, de partes fabricadas en América del Norte.

Sin embargo las empresas automotrices extranjeras llevaron acabo su propia estrategia para no verse desplazada por las tres grandes, que de inicio, serian las más beneficiadas.

**Cuadro 30**  
**Estrategias de las empresas automotrices extranjeras**



Fuente. Elaboración propia

“Estas estrategias también las siguieron las empresas automotrices extranjeras como: Toyota, Nissan y Volkswagen ante el TLCAN.”<sup>(69)</sup>.

El TLCAN y su participación en el mercado.

México cuenta con una posición geográfica estratégica y un buen desarrollo de sus relaciones comerciales con las economías más importantes, además de que se encuentra clasificado como el país con un mayor número de tratados de libre comercio lo cual otorga beneficios al comercio.

Las relaciones comerciales establecidas por México se traducen en una mayor competitividad como país receptor de inversiones, siendo las preferencias arancelarias los principales beneficiarios. Actualmente el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) tiene 0% de impuestos generales de importación en la mayor parte de sus fracciones arancelarias.

---

69. Instituto de Investigaciones del Senado de la República “la industria automotriz en el TLCAN” julio 2003  
pp. 75

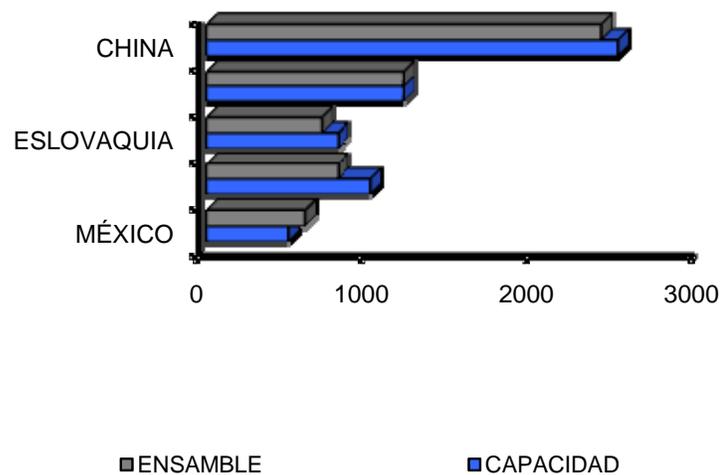
Las grandes empresas automotrices están buscando crecer en mercados emergentes, incrementar la gama de productos y segmentos, así como adoptar nuevas tecnologías.

La oportunidad de México radica en eficientar y automatizar más los procesos productivos y asumir una constante innovación tecnológica para aquellos países que han decidido permanecer en el escenario de la industria automotriz.

En el TLCAN para facilitar la permanencia, las armadoras optaron por fabricar ciertos modelos por planta, reagrupando a los proveedores estratégicos en función del mercado que permita cumplir con el valor del contenido regional requerido.

“Con esto la importación de vehículos a territorio nacional supone un precio estándar, aun que aparentemente en los EU o Canadá el precio de los vehículos resulte menor debido a los gastos de importación y el cumplimiento de algunas restricciones no arancelarias”<sup>(70)</sup>.

**Gráfica 11**  
**Crecimiento 2005-2010**



Fuente: Pricewater house Coopers Automotive Institute.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

## **7. EL SECTOR DE AUTOPARTES**

## **7. El sector de autopartes.**

### **7.1 Las fases de las ensambladoras.**

El desarrollo contemporáneo de la industria automotriz mexicana ha sido consecuencia de la interacción entre el estado mexicano, los ejecutivos de la industria terminal y los propietarios mexicanos de las compañías de autopartes

La industria automotriz se estableció sobre la base de las plantas ensambladoras construidas en el periodo de 1920-1960. La Ford y la General Motors, como subsidiarias empezaron a ensamblar y vender automóviles en 1926 y 1937.

Pero más tarde Auto-Mex hizo lo mismo bajo la licencia de Chrysler Corporation inicio operaciones en 1938. Las autopartes venían en su mayoría del exterior y las piezas de producción local eran muy escasas.

Durante el tiempo que duro la segunda Guerra Mundial en nuestro país proliferaron las empresas nacionales de autopartes cuya producción era de bajo contenido tecnológico y estaba destinada al mercado de refacciones. El incremento del número de vehículos en circulación representaba a la vez un crecimiento en el mercado de refacciones.

La demanda de vehículos aumentó sólo al final de la segunda guerra mundial, como consecuencia de los primeros logros de la Industria de Sustitución de Importaciones (ISI).

Así el volumen de ensambladoras aumentó, lo mismo que el número de compañías. La industria automotriz comenzó a desempeñar un importante papel en la producción manufacturera con interacciones que se hicieron con la industria del acero y eléctrica.

“Una de las características fundamentales fue la producción del mercado interno, era que si las compañías automotrices querían vender autos en México, tenían que buscar la manera de ensamblar los vehículos internamente ya que no podían traerlos desde sus plantas en el extranjero”<sup>(71)</sup>.

En 1958 la diversidad y de modelos y marcas hacían casi imposible la producción interna de autopartes por los elevados costos y requerimientos tecnológicos, pues impedían su producción estandarizada en masa.

Los productos más importantes producidos en esta etapa fueron: acumuladores, amortiguadores, arneses eléctricos, vidrios, planos, herramientas de mano, muelles de hojas. Esta industria cubría totalmente la demanda de la industria terminal.

71. Francisco Zapata "La restructuración industrial en México" El caso de la industria de autopartes  
Ed. Colegio de México pp. 37-38

Para 1961 había 12 empresas productoras de automóviles y se ubicaron en los estados aledaños al D.F, y después se empezaron a desplazar hacia la frontera norte del país para abastecer el mercado americano en el cual se ensamblaban alrededor de 60,000 vehículos al año.

**Cuadro 31**  
**Instalación de plantas automotrices y su tipo de producción**

Año	Empresa	Tipo de producción	Ubicación geográfica
1961	Renault	Motores y ensamble	Ciudad Sahagún, Hidalgo
1961	Nissan	Motores y Ensamble	CIVIC, Morelos
1964	Ford	Fundición, motores y ensamble	Cuautitlán, Estado de México
1964	General Motors	Fundición y motores	Toluca, Estado de México
1964	Volkswagen	Fundición, motores y ensamble	Puebla, Puebla
1964	Vehículos Automotores Mexicanos	Fundición y motores	Lerma, Estado de México
1965	Chrysler	Motores y ensamble	Toluca, Estado de México
1965	Renault	Ensamble	Colonia Vallejo, D.F
1978	Nissan	Fundición	Toluca, Estado de México
1980	Volkswagen	Motores	Puebla, Puebla
1981	General Motors	Motores	Ramos Arizpe, Coahuila
1981	General Motors	Ensamble	Ramos Arizpe, Coahuila
1981	Chrysler	Motores	Ramos Arizpe, Coahuila

Fuente: Datos propios dados por Arteaga y Vieira en entrevista.

La fase de manufactura de la Industria de Sustitución de Importaciones (ISI) 1962-1982. Esta dividida en dos partes:

Prioridad al Mercado Interno de 1962-1969.

El país inicio en 1962 la manufactura interna de automóviles a raíz de las decisiones tomadas por el gobierno mexicano en apoyo a la integración vertical de la industria como parte de la puesta en marcha de la sustitución de importaciones.

En este año el gobierno mexicano emitió el decreto después de haber negociado con las corporaciones multinacionales y las compañías nacionales. A partir de Septiembre de 1964, el decreto fue aceptado como política concreta.

En la cual se establecía la diferencia entre la industria terminal y la industria de autopartes, así como el nivel de contenido local de autos fabricados en México el cual debía constituir el 60% de los costos de producción.

Su propósito fue el de ampliar la esfera de la producción local para incluir las mercancías duraderas e intermedias. Las autoridades mexicanas intentaban fomentar la manufactura interna de automóviles, por lo que esta actividad estimuló a otras industrias mediante eslabonamientos con procesos de producción y en otros como Empleo, Industria local y desarrollo regional, que podían quedar cubiertos con la puesta de marcha de la manufactura interna de automóviles.

El decreto prohibía la importación de vehículos ensamblados y limitaba el uso de materias primas extranjeras, al someterlas a permisos de importación y un sistema de cuotas para cada empresa. Por lo que el resultado inmediato fue el de crear una industria de autopartes, relacionada íntimamente con los fabricantes y obligar así a las corporaciones multinacionales a adquirir en México una gran cantidad de autopartes.

“Las economías de escala no podían participar en un tipo de mercado como este, por que implicaba nuevas inversiones en un mercado muy limitado”<sup>(72)</sup>.

La justificación para ensamblar automóviles radicaba en la perspectiva que el mercado podría tener en años futuros, por lo que la multinacionales aceptaron finalmente el decreto y comenzaron a proyectar la instalación de nuevas plantas y se hicieron planes para crear fábricas de autopartes para satisfacer la demanda

Inicio de la fase de fomento a las exportaciones 1969-1982.

En 1969 el gobierno decreto una nueva disposición, en el cual el objetivo central de la industria automotriz pasó de la sustitución de importaciones al fomento de las exportaciones.

Con esta nueva estrategia se concluyó que la ISI no resultaba viable y debía encontrar nuevas formas para fomentar el desarrollo.

La disposición resultó ser un asunto difícil de resolver para el gobierno mexicano que se centro en dos diferentes alternativas políticas el plan de fusión y el plan de exportación. La disposición resulto ser un asunto difícil de resolver para el gobierno mexicano que se centro en dos diferentes alternativas políticas el plan de fusión y el plan de exportación. Tal y como se muestra en el cuadro siguiente

---

72. Francisco Zapata "La restructuración industrial en México" El caso de la industria de autopartes Ed. Colegio de México pp. 38-42

**Cuadro 32**  
**Disposiciones de cada uno de los planes.**

<b>Plan de fusión</b>	<b>Plan de exportación.</b>
Objetivo:	Objetivo:
Reorganizar el mercado por medio de una reducción del número de empresas y una reversión de la tendencia expansiva de la propiedad extranjera sobre la industria.	Buscaba solucionar el problema de la balanza de divisas, generándolas mediante exportaciones que contribuyeran a la expansión del mercado interno.
La creación de una empresa mayoritariamente mexicana que tuviera control sobre la mitad del mercado automotriz.	Desplazó al de fusión y la industria inició la exportación de automóviles a partir de 1973.

Fuente. Elaboración propia.

A diferencia de lo que había sucedido en el decreto de 1962, las empresas transnacionales se encontraban en un clima internacional distinto, se fortalecieron sus posiciones fuera de Estados Unidos y dentro de ese país las multinacionales europeas y japonesas, por lo que esto provocó una disminución en las tasas de crecimiento en las ventas de Estados Unidos y de una acelerada competencia entre los productores de autos.

“Esto explica porque las transnacionales para poder sobrevivir redujeron los costos de producción, exportando a países en vía de desarrollo, por lo que la disposición de 1969 entro en vigor en el momento justo”<sup>(73)</sup>.

A consecuencia de la crisis y de un aumento de precios del petróleo en 1970, la participación de las empresas en el mercado sufrió cambios importantes en sus ventas Volkswagen 26.8%, Chrysler 19.3%, Ford 17.2%, General Motors 9.9%, Vehículos Automotores de México 9.1% y Diesel Nacional 8.9%.

Los autos compactos y de bajo consumo de combustible fueron el instrumento que estas compañías utilizaron para obtener participaciones en el mercado y por que la gente busco este tipo de autos populares ya que eran mas accesibles a sus necesidades económicas y sobre todo por que eran ahorradores de combustible así como también a las empresas les favorecía la exportación de México a Estados Unidos; por lo que las bases productivas de estas empresas se podían aprovechar para recuperar el desafío de los japoneses y los europeos en territorio estadounidense.

73. Francisco Zapata “La reestructuración industrial en México” El caso de la industria de autopartes Ed. Colegio de México pp. 43-45

La desnacionalización que se inicio en 1962, se consolido con la adquisición de Auto-Mex por la Chrysler, la Renault obtuvo igualdades participación en Diesel Nacional, una empresa del gobierno

Las empresas extranjeras aumentaron de una manera rápida que de 1962 era del 51% y creció a 96.1% en 1984 por lo que muchas empresas nacionales no podían cubrir los requisitos para exportar establecidos en la disposición de 1969.

Las empresas locales estaban limitadas al mercado interno mientras que las multinacionales podían aprovechar pos contactos en el mercado interno de sus propios países por lo que les permitía exportar sus vehículos fácilmente a dichos mercados, por que reducía los costos a las importaciones y a la operación de las multinacionales.

Ante el fracaso del decreto emitido en 1962 por no haber logrado alcanzar los objetivos de integración nacional y reducción del déficit comercial, en 1972 el hubo un nuevo decreto que fija las bases para el desarrollo de la industria automotriz y el cual contempla que la empresa terminal no podrá fabricar partes o componentes automotrices para el mercado interno que puedan ser producidos por la industria de autopartes nacional. Estas solo podrán fabricar vehículos de tipo popular, compactos, estándar y deportivo ya en 1974 los que fabricaban este tipo de autos podrán fabricar ya tres líneas y tres modelos de automóviles sin rebasar a siete el número de modelos.

Las empresas de autopartes deberán tener en su estructura del capital social el 60% en propiedad de mexicanos y se concedieron estímulos fiscales parecidos a la industria terminal.

Ante la falta de de una industria de autopartes que satisficiera las necesidades de la industria terminal, se dieron facilidades para que se pudiera incrementar sus importaciones y así mantener el ritmo de producción, aun a costa de los objetivos de integración considerados en el decreto automotriz.

“La crisis que paso la economía mexicana a mediados de los setentas puso de manifiesto el fracaso de la política aplicada en la industria automotriz. En consecuencia, el estado volvió a emitirse un nuevo decreto en 1977, que tiene como objetivo fomentar la industria automotriz y convertirla en exportadora”<sup>(74)</sup>.

En el caso de la industria de autopartes su estructura de capital social se compondrá en un 60% en propiedad de los mexicanos y sus componentes nacionales para que sean considerados como de incorporación obligatoria y reconocidos por la secretaria la cual establece que deberán establecer una integración mínima de 80%, incluyendo sus importaciones.

---

74. Diario Oficial de la Federación. 20 de Junio de 1977.

En cuestión de la industria terminal deberá generar por lo menos 50% de la divisas netas para su presupuesto de divisas, con la exportación de componentes fabricados por la empresa de autopartes y el otro 50% podrá ser cubierto con exportaciones de vehículos y componentes automotrices producidos por las mismas empresas que no cuenten con un programa de fabricación aprobado por la secretaria; el grado de integración nacional se calculara por modelo y utilizando el método de costo-partes.

Uno de los resultados del decreto de 1977 fueron las inversiones de cuatro de las empresas ensambladoras, especialmente en fábricas de motores que empezarían a funcionar en el periodo de 1978-1983.

**Cuadro 33**  
**Inversión de las cuatro empresas ensambladoras**

<b>NISSAN:</b>	Fue la primera empresa en echar a andar una fábrica de Motores en Toluca en 1978.
<b>VOLKSWAGEN:</b>	Amplió su planta en Puebla para producir motores en 1981.
<b>CHRYSLER:</b>	Construyeron sus fabricas en Ramos Arizpe y ahí mismo construyo una planta ensambladora en 1981.
<b>FORD:</b>	Empezó a construir motores en su planta de Chihuahua.

Fuente. Elaboración propia.

La fase de la integración a la globalización 1983-1989.

Hasta 1982, el gobierno mexicano no había intentado mantener elementos básicos de la estrategia que había seguido en los últimos cuarenta años al contar con que podrían emplearse medidas de emergencia para contrarrestar la crisis, durante el mes de febrero y hasta el mes de agosto de 1982, se hizo evidente que dicho enfoque de la crisis tenia que ser sustituido por nuevas maneras de ver la economía mexicana.

En por lo menos dos años se puso en marcha el decreto de 1983 sobre la industria automotriz, que subrayaba la necesidad de reducir el déficit comercial del mismo, el cual no se había podido solventar. Por otra parte "el auge petrolero de 1979-1981 el cual aumento la demanda interna de vehículos que dio el origen a un incremento en el volumen de importaciones necesarias para construirlos: que mas del total del déficit comercial tuvo su origen en la industria automotriz, por lo que el decreto de 1983 resulto imperativo para llevar a cabo la política anti crisis del gobierno de Miguel de la Madrid"<sup>(75)</sup>.

---

75. Francisco Zapata "La restructuración industrial en México" El caso de la industria de autopartes Ed. Colegio de México pp. 43-47

En el decreto de 1983 se hicieron esfuerzos por reducir las importaciones, mediante el aumento de vehículos ensamblados en México. Para esto las compañías terminales empezaron a invertir en maquiladoras que manufacturaran autopartes, e hicieron posible por ubicarlas cerca de las instalaciones de ensamblaje.

Para exportar desde México con una más alta proporción de vehículos que contuvieran autopartes fabricadas en el país, muchas empresas maquiladoras iniciaron sus operaciones entre 1984-1987, en este periodo se incremento un 55% en 1986 a un 60% en 1987 del contenido local, por lo que la industria se vio obligada a racionalizar sus operaciones. Sin embargo el decreto exigió que la industria redujera el número de marcas y modelos, con el fin de estandarizar la producción y aumentar la productividad.

Hubo una publicación en el cual la industria produciría siete modelos en 1984, dos marcas y cinco modelos en 1985 y una marca y cinco modelos en 1986 esto se hizo con el objetivo de incrementar más el ahorro de moneda dura, que las ganancias, por medio de la importación. El control de las estructuras productivas de la industria busco la autosuficiencia en el manejo de las divisas y una mejor producción.

Por lo que se puede decir "que desde la década de 1978-1988 la industria automotriz mexicana cumplió una profunda transformación en el modelo de operación con respecto a los años anteriores y hasta 1997"<sup>(76)</sup>.

#### **Cuadro 34** **Transformación del modelo de operación**

1. La industria nacional de autopartes se desarrollo gracias a las inversiones de la industria terminal.
1. Se hizo una orientación hacia la exportación que en esos tiempos no había existido, y que de no haberse verificado, el país se hallaría actualmente en una posición de debilidad en el contexto internacional.
2. La orientación de la exportación no trajo los resultados que se deseaban en cuanto a la balanza comercial. Proporciono la posibilidad de construir y diversificar las bases productivas.
3. La construcción de nuevas instalaciones en el norte de México y cerca de la frontera con la Unión Americana desplazo la concentración en la parte central del país, contribuyendo a las políticas de descentralización emprendidas por el gobierno

Fuente. Elaboración propia.

---

76. Francisco Zapata "La restructuración industrial en México" El caso de la industria de autopartes  
Ed. Colegio de México pp. 47-50

## 7.2 El sector de autopartes en México.

La producción de automóviles en México data desde 1920 pero, no es sino hasta hace unos 25 años que empieza a desarrollarse de una forma plena.

Con la aprobación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) el panorama para este sector cambio. En el año del 2003 se puso en marcha el "Decreto para el apoyo de la competitividad a la industria automotriz", con el cual se buscó atraer la inversión al país en la cual se procura que los productos tengan valor agregado en sus componentes.

Con esto para agosto de 2005 las armadoras con plantas en México iniciaron una serie de inversiones tal y como se muestra en la siguiente cuadro.

**Cuadro 35**  
**Inversiones de las plantas armadoras en México en el año 2005.**

Empresa	Inversión	Producción
FORD	mil 200 millones de dólares	300 mil vehículos
VOKSWAGEN	2 mil millones de dólares	80 mil unidades
CHRYSLER	250 millones de dólares	80 mil unidades
TOYOTA	140 millones de dólares	30 mil unidades
GM	250 millones de dólares	100 mil unidades
NISSAN	mil 300 millones de dólares	150 mil unidades

Fuente. Elaboración propia con datos de la Revista Ejecutivo de Finanzas.

Con esto la industria creó, hasta el 2005, más de 450 mil empleos, lo que equivale a 41% del total de los empleos generados por el sector, incluyendo a la maquiladora.

Y bueno se tiene que plantear la necesidad de promover una mayor compatibilidad en las regulaciones automotrices, en sus normas y evaluaciones de conformidad entre los tres países integrantes del Tratado de Libre Comercio.

"Las armadoras deberán de mantener sus planes de inversión en el corto plazo y bueno los factores importantes para lo anterior son la localización geográfica del país y la mano de obra calificada como la que hay en México por lo que no se debe de descuidar el aspecto social y por último se tiene que hacer una alianza entre el gobierno y la empresa, para desarrollar sus habilidades"<sup>(77)</sup>.

---

77. Revista Ejecutivos de Finanzas "industria automotriz" Septiembre No 45 año 2006 pp.42.

La industria automotriz está dividida en tres sectores:

- EL TERMINAL (ensamble de vehículos)
- EL DE AUTOPARTES (carrocerías, motores, partes y accesorios)
- PRODUCTOS DE HULE (llantas, vulcanización y cámaras)

Los principales requisitos que este sector requiere para permanecer en el mercado son:

- EFICIENCIA
- CALIDAD
- SUBCONTRATACIÓN Y ASOCIACIÓN CON EMPRESAS EXTRANJERAS

Las autopartes pueden ser utilizadas como dos tipos de bienes:

- BIENES DE CONSUMO FINAL: Si se destinan al mercado de reposición, son refacciones de reposición o reconstrucción.
- DE BIEN INTERMEDIO: Refacciones originales para las grandes armadoras de autos

“En México circulan más de 13 millones de unidades. Sin embargo, las empresas productoras de autopartes satisfacen sólo una cuarta parte del mercado local (incluyendo equipo original y de reemplazo). El resto, es decir, el 77% de la oferta es importada”<sup>(78)</sup>.

Equipo original.

El 60% de la producción nacional de autopartes se destinan al mercado de equipo original. Los grandes productores de autopartes son empresas extranjeras o nacionales asociadas estratégicamente con fabricantes foráneos, con el fin de allegarse la tecnología y participar en el mercado de equipo original.

Existen dos factores que se tienen que tomar en cuenta con respecto al mercado de equipo original de autopartes:

- La Producción de Automóviles: Aquí depende del destino. En esta parte vemos el destino de su producción, ya que cuando se exportan, el contenido local puede ser muy reducido debido a que en este rubro no existen limitantes para la importación de autopartes.
- La Sustitución de Importaciones: Las compras externas representan el 82% de las adquisiciones de la industria terminal. Aquí se puede hacer una tendencia hacia la información de conglomerados productivos a fin de aumentar la calidad e innovar a escalas de producción. Para incrementar el contenido nacional en la fabricación de automóviles se requiere de una base tecnológica avanzada

---

78. Análisis sectorial “Autopartes”, estudios económicos y socio-políticos de México, grupo financiero Banamex, S.A de C.V., de Junio de 1997.

Por otra parte el mercado de partes originales, la relación armadora-autopartes tienden a realizarse a través de la entrega de sistemas completos y no así de componentes aislados. Esto base a las necesidades, las plantas ensambladoras solicitan los sistemas de fabricantes, quien a su vez se surte a otros productores.

Las armadoras son responsables de la integración, la calidad, oportunidad y entrega, por ello se necesita de una buena coordinación con el fin de generar las entregas de una manera rápida y oportuna. Es importante no dejar a un lado los estándares de calidad, innovación y eficiencia en la entrega.

El mercado de remplazo.

Este es ampliamente competitivo, y se concentra en productos menos sofisticados, ya que las empresas grandes y de renombre, participan en la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas que tienen acceso ilimitado al capital y a tecnologías nuevas. Una de las principales estrategias de comercialización seguida por este tipo de empresas es la canalización del producto a través de grandes distribuidoras llamadas refaccionarias.

En este mercado, a diferencia del mercado de equipo original, el precio es mas importante que la calidad. Ya que la estrategia de ventas es diferente por que en algunos casos, es preferible bajar la calidad para obtener un menor precio y ganar participación en el mercado.

“En el año de 1995 la restricción del gasto familiar implicó una caída del 32% de la industria de autopartes para reemplazo”<sup>(79)</sup>.

“Al cierre de 2004, la venta de los productores nacionales de Autopartes sumó un total de 22,569 millones de dólares. De este monto, las ventas en el extranjero fueron de 12,805 millones de dólares y el resto se vendió en el mercado nacional, el 69% correspondió a la venta de equipo original y el restante 31% se destino hacia el mercado de repuesto”<sup>(80)</sup>.

“Con respecto a la Balanza Comercial de las autopartes, en 2004, las exportaciones directas del sector sumaron 12,865 millones de dólares; mientras que las importaciones ascendieron a 15,486 millones de dólares con lo que el saldo resulta en un déficit de 2,981 millones de dólares. No obstante este resultado negativo del déficit comercial continua disminuyendo, relacionándose en 17.2% en comparación con el resultado de 2003”<sup>(81)</sup>.

---

79. Instituto de Investigaciones del Senado de la República “la industria automotriz en el TLCAN” julio 2003 pp. 39-40

80. El sector de autopartes en México. Boletín de la Industria Nacional de Autopartes (INA) 2004 [www.ina.com.mx](http://www.ina.com.mx)

81. El sector de autopartes en México. Boletín de la Industria Nacional de Autopartes (INA) 2004 [www.ina.com.mx](http://www.ina.com.mx)

**Cuadro 36**  
**Exportaciones**

<b>NACIONAL</b>	
Equipo original	6,737
Repuesto	3,027
<b>Total nacional</b>	<b>9,764</b>
<b>EXPORTACIÓN</b>	
Autopartes	11,163
Motores	1,642
<b>Total exportación</b>	<b>12,805</b>
<b>Gran total</b>	<b>22,569</b>

Fuente. INEGI e INA

**Cuadro 37**  
**Importaciones**

<b>EXPORTACIONES</b>	
Motores	2,068
Autopartes	10,737
<b>Total</b>	<b>12,805</b>
<b>IMPORTACIONES</b>	
Motores	3,935
Autopartes	11,551
<b>Total</b>	<b>15,486</b>
<b>Saldo</b>	<b>-2,981</b>

Fuente. INEGI e INA

Nota. Incluye facturación doméstica de equipo original que luego se exporta vía vehículos y motores.

#### Importancia del sector de autopartes

Con el estallido de la crisis en 1982, el PIB nacional cayó en -0.6%, en la industria manufacturera cayó -2.7%, en la rama de productos metálicos, maquinaria y equipo de donde es la industria automotriz afecto de una manera mayor con un -12.3%, siendo la producción de autos la de mayor descenso con un -23.4%, seguido de las carrocerías, motores, partes y accesorios para autos con un -14.7%. Aunque en 1984, el crecimiento es bastante lento y no logro superar las altas tasas de crecimiento que se tuvieron en las décadas pasadas.

Por lo que la producción de automóviles sufrió un fuerte retroceso por esta crisis y la producción histórica que se había alcanzado en 1981 de 597,118 unidades no fue superada sino hasta el año de 1989 con 641,275 unidades.

Con todo y el declive del 22% en la fabricación de vehículos automotores entre el año 2000 y el 2004 en México, el sector de autopartes es un componente esencial dela industria

manufacturera mexicana. En los últimos años, se ha convertido en uno de los sectores más dinámicos y participa en una proporción importante de las exportaciones no petroleras. Entre 1990 y 2004, el PIB de la industria de autopartes pasó de 37,256 a 89,328 millones de pesos lo que significó un crecimiento de más de 139% en 15 años, resultado de la tasa de crecimiento promedio anual de 6%. Tal y como se muestra en la siguiente grafica.

Si se mantiene una participación relevante, siempre por arriba del 6%, e incluso llegando a más del 8% del PIB manufacturero en 2004, impulsada en gran medida por las exportaciones" <sup>(82)</sup>.

**Cuadro 38**  
**PIB total, industria manufacturera y productos metálicos e industria automotriz**

Años	Total	Industria manufacturera	Productos metálicos, maquinaria y equipo	Automóviles	Carrocerías, motores, partes y accesorios para automóviles	Equipo y material de transporte
1982	-0.6	-2.7	-12.3	-23.4	-14.7	-0.5
1983	-4.2	-7.8	-22.4	-40.2	-13.2	-16
1984	3.6	5	9.1	31	22.8	1
1985	2.6	6.1	13.2	30.4	19.3	-4.6
1986	-3.8	-5.3	-13.8	-27.2	-20.5	-9.7
1987	1.9	3	5.9	24.6	2.3	17.9
1988	1.2	3.2	13	32.8	20.7	0.3
1989	3.3	7.2	11.1	22.9	13.2	-19.4

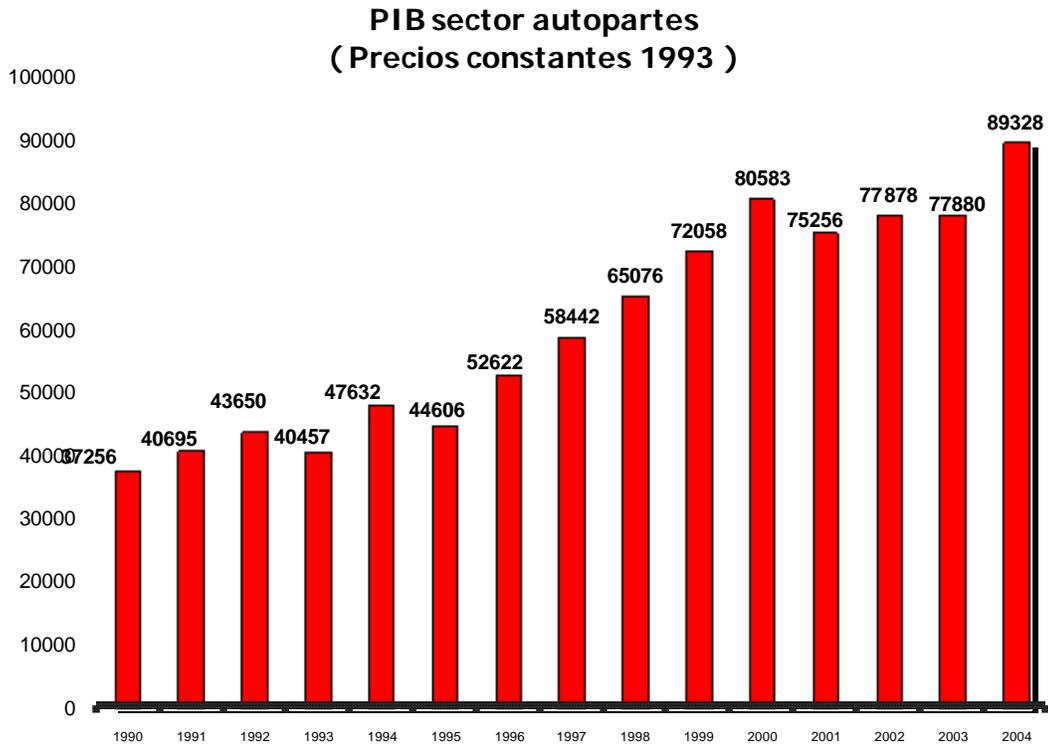
Fuente: INEGI 2005

Las empresas que se asentaron en el centro del país en la primera y segunda fase del desarrollo automotriz, mantenían un serio atraso tecnológico y productivo en comparación con las nuevas plantas del norte del país, a pesar de que su producción era principalmente para el mercado interno, la competencia con los otros productores por el mercado se hacía más difícil.

Como parte de la reestructuración, se realizaron fuertes inversiones para abrir nuevas plantas en el norte del país (Chihuahua, Coahuila, Sonora y Durango), en el centro norte (Aguascalientes) y en el centro del país Puebla. Ford, Chrysler, Volkswagen y Nissan, Introdujeron en sus nuevas plantas el proceso de fabricación del estampado o troquelado y la producción de motores en grandes escalas de producción.

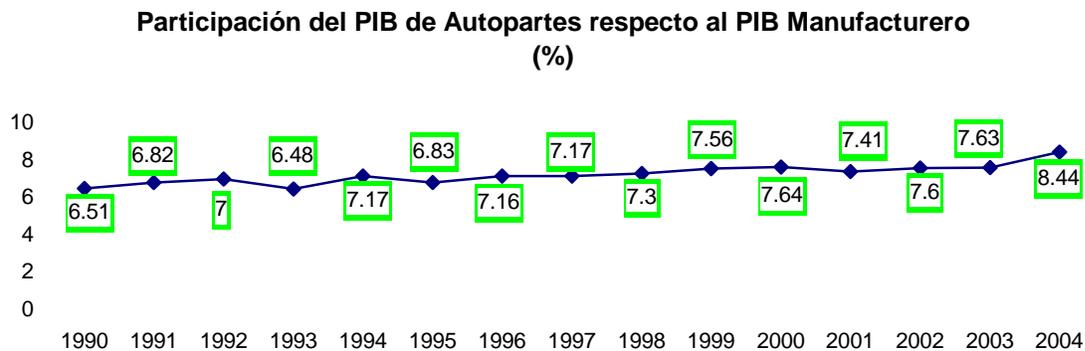
82. El sector de autopartes en México. Boletín de la Industria Nacional de Autopartes (INA) 2004

**Gráfica 12**



Fuente. INEGI, 2004 con estimación del Instituto Nacional de Autopartes (INA).

**Gráfica 13**



Fuente. INEGI, 2004 con estimación del Instituto Nacional de Autopartes (INA).

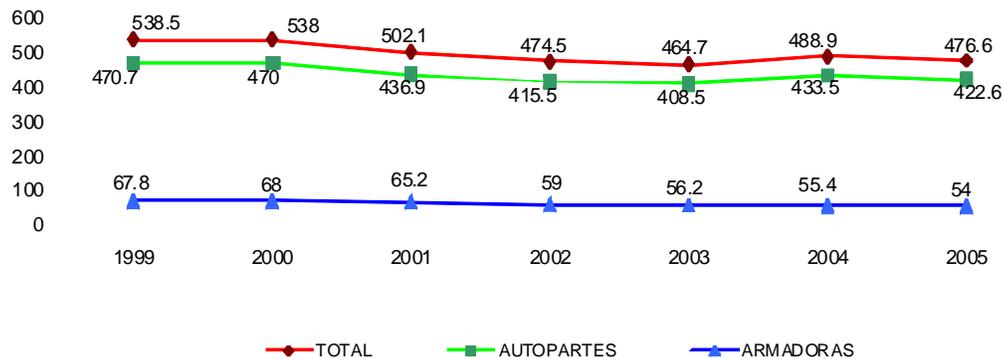
En cuestión de empleo en el sector automotriz por rama de actividad económica tuvo un crecimiento promedio anual del 2.8% de 1990 al 2003, sin embargo no todas las ramas que componen a la industria automotriz tuvieron el mismo crecimiento en nivel de empleo tal y como se ve en el siguiente cuadro.

El sector de autopartes es uno de los principales sectores manufactureros en términos de empleo al participar con el 12% del personal ocupado al cierre del 2004. Los mayores niveles de productividad que se han alcanzado en el sector han permitido aumentar la producción de vehículos y automotores.

“En comparación con el empleo directo de la industria automotriz, el sector de autopartes contribuye con el 88% del empleo sectorial, aún cuando en los últimos años se registró un descenso en el número de empleados de este sector debido a las dificultades que ha enfrentado la industria en su conjunto, así como a las mejoras en procesos e incrementos en productividad” (83).

**Gráfica 14**

**Empleo directo sector de autopartes  
Miles de personas**



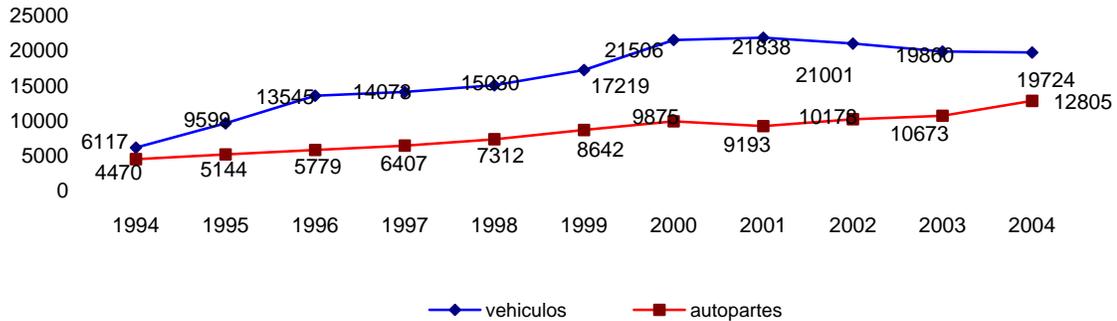
Fuente. INEGI 2005 Se refiere al personal ocupado Remunerado

Este sector es también en términos de exportaciones no petroleras. Entre 1994 y 2004, las exportaciones de partes automotrices pasaron de 4,470 a 12,805 millones de dólares lo que significa un crecimiento de más de 186% en tan sólo 11 años, siendo ello resultado de una tasa de crecimiento promedio anual del orden de 11.1%

Es muy importante mencionar la brecha que hay entre las exportaciones de la industria automotriz y la de autopartes que tiende a reducirse de una manera significativa, demostrando con ello la competitividad del sector.

Dentro de la importancia de la industria manufacturera, las autopartes constituyen el segundo producto de mayor exportación del sector manufacturero, sólo después de los vehículos. Al cierre de 2004, el sector de autopartes contribuyó con el 8.1% de las exportaciones manufactureras.

**Gráfica 15**  
**Exportación de autopartes**  
**Millones de dólares**



---

Fuente. Banco de México. Incluye las exportaciones de autopartes de industria maquiladora

#### La Estructura del sector.

“El sector de autopartes esta constituido por mil empresas de las cuales el 70% son empresas de capital extranjero y 30% son nacionales, del inverso total de empresas, 345 de ellas son fabricantes de primer nivel y las restantes corresponden a la fabricación de insumos y materia prima de segundo y tercer nivel”<sup>(84)</sup>.

En cuanto a su ubicación, la mayoría de las empresas se localizan alrededor de las plantas armadoras de vehículos para cumplir con las exigencias de proveeduría y entrega que la industria terminal exige.

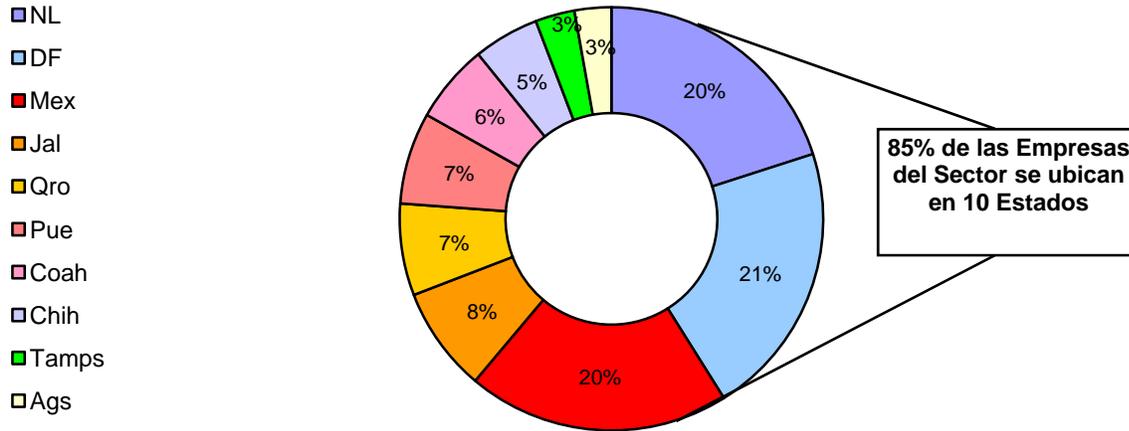
De esta forma Nuevo León, Distrito Federal y Estado de México son las tres entidades con mayor presencia de empresas de autopartes y juntos, concentran a casi el 53% del total de los fabricantes del país tal y como se muestra en la siguiente gráfica.

Por lo que respecta al valor de la producción total de autopartes en la gráfica 15 el sector mostró un crecimiento de 13,893 a 22,419 millones de dólares de 1994 a 2004, lo que signifió un crecimiento del 61%.

La producción ha crecido a un ritmo promedio anual de 4.9% en los últimos años, bastante con respecto a la economía en su conjunto.

**Gráfica 16**

**Principal ubicación de empresas de autopartes por entidad**

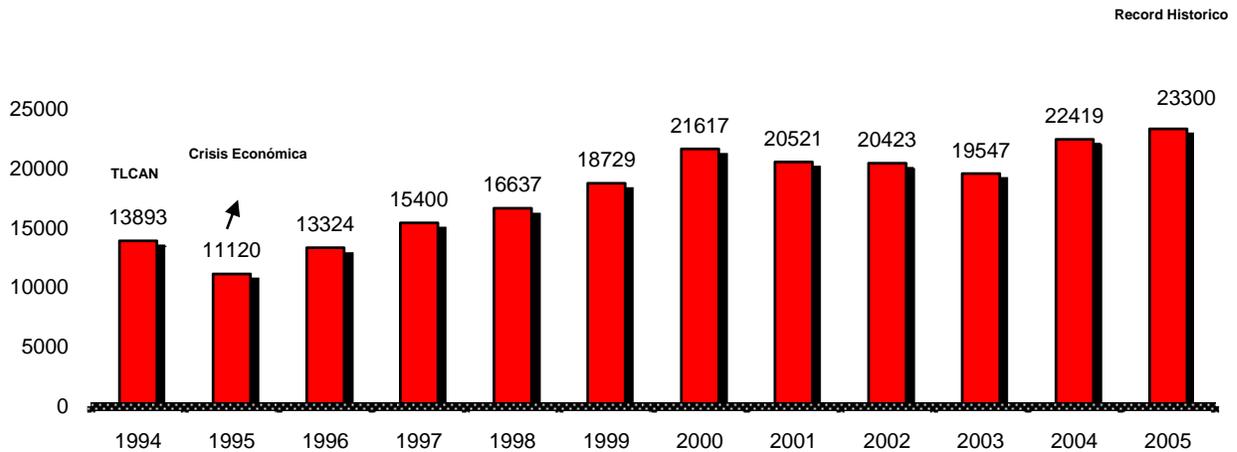


Fuente. Industria Nacional de Autopartes (INA).

Por otra parte en los pronósticos estimados por el INA "indicaron que la manufactura de autopartes en México registró un crecimiento de 3.9% al cierre del 2005, alcanzando así los 23 mil millones de dólares como se muestra en la gráfica No 17 "(85).

**Gráfica 17**

**Producción nacional de autopartes  
 Millones de dólares**



Fuente. INEGI e INA. Datos de 2005

85. El sector de autopartes en México. Boletín de la Industria Nacional de Autopartes (INA) 2004 [www.ina.com.mx](http://www.ina.com.mx)

Los Sistemas de calidad en la industria de autopartes.

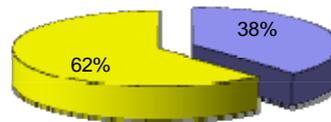
“La certificación ISO/TS 16949 se aplica a los proveedores de componentes y partes automotrices, que proveen a armadoras como: Chrysler, Ford, GM, Fiat, Mercedes Benz, Iveco, Nissan, Opel, PSA, Renault, VW, entre otras.

Esto es el resultado de la organización de las normas: QS 9000 (Big 3), VDA 6.1 (origen alemán), EAQF (origen francés), AVSQ (origen italiano)”<sup>(86)</sup>.

En la siguiente gráfica se muestra el porcentaje de los fabricantes de autopartes establecidos en México que cuentan con este sistema

**Gráfica 18**

**Aplicación de ISO/TS 16949 hasta el 2002 en México.**

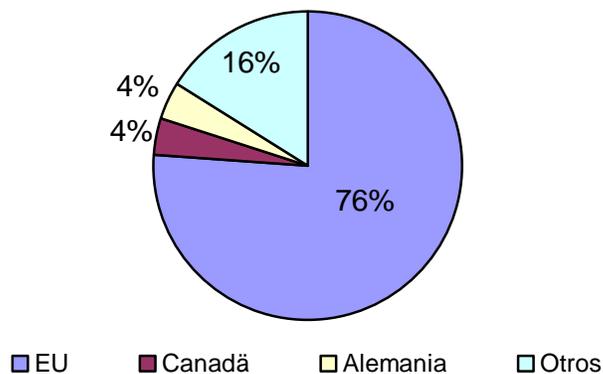


Fuente. Elaboración propia con datos del INA.

**Gráfica 19**

**Participación en la balanza comercial de autopartes**

**Exportaciones**



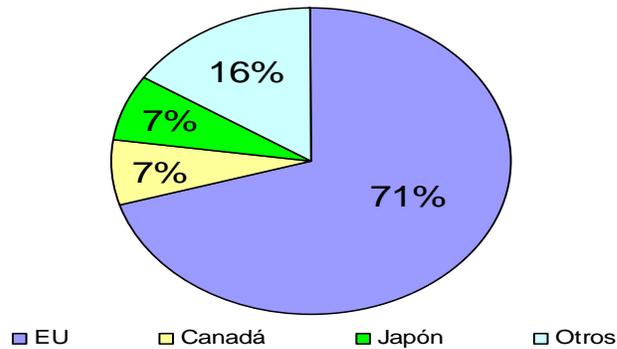
Fuente. Elaboración propia con datos del INA

86. Foro de la industria Automotriz “El sector de autopartes en México: Los retos de calidad y desarrollo tecnologías”

Aguascalientes 200pp12

**Gráfica 20**

### Importaciones



Fuente.

Elaboración propia con datos del INA.

Los fabricantes de autopartes interesados en México.

Existe un compromiso por parte de los fabricantes para invertir en México, ya que a la mayoría de las firmas estadounidenses les interesa ubicarse sobre todo en el centro del país.

Estos fabricantes de autopartes de Estados Unidos visualizan en México una oportunidad para producir de manera eficiente, con menores costos y mano de obra calificada, según la Motory & Equipment Manufacturers Association (MEMA).

Al analizar la penetración en México, apuntó que Delphi, el mayor integrante de MEMA, tiene una gran cantidad de instalaciones en México, donde también constituye una fuente importante para emplear mano de obra.

La industria automotriz va a compartir riesgos y desafíos, tales como el incremento de los insumos, en acero, resinas de plástico, así como la reducción de márgenes de utilidades y el alto costo laboral de algunas empresas.

El mayor fabricante de autos en el mundo General Motors, reporta que su obligación futura ascenderá de millones de dólares, y esto tendrá una repercusión en el mercado nacional.

“México se convertirá en el centro de producción automotriz mas importante de Latinoamérica, para ello el gobierno elabora una política industrial que dé un mayor impulso a la dinámica de este sector, tanto de los fabricantes de vehículos como de autopartes y componentes”<sup>(87)</sup>.

87. [www.elextranewspaper.com](http://www.elextranewspaper.com) “Fabricantes de autopartes interesados en México” Boletín del 07-15-2005.

Un ejemplo puede ser la importancia de la industria que el sector de autopartes ha visto crecer en sus ventas de 400% de 1995 a 2003.

La industria Nacional de Autopartes (INA) adelanto que México recibirá inversiones por 20mil millones de dólares en un periodo de diez años y que para el 2010 se tendrá capacidad para producir cuatro millones de vehículos anuales, de los que dos millones serían para el mercado nacional.

“Los fabricantes de autopartes y componentes localizados en México han logrado colocarse como los principales proveedores de Estados Unidos. Ya que los proveedores nacionales realizan importaciones anuales por cinco mil millones de dólares. Este eslabón de autopartes registra ventas por 19 mil 500 millones de dólares”<sup>(88)</sup>.

---

# **8 . ASPECTOS RELEVANTES DE COMPETITIVIDAD EN LAS DISTRIBUIDORAS DE AUTOPARTES EN LA DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ**

## 8.1 Reseña de la Delegación Benito Juárez.

La historia de la actual delegación se remota a la época prehispánica. Los nombres de varias de las calles, avenidas, colonias y ríos son prueba de la existencia de antepasados indígenas en la zona. A partir de estas denominaciones originales los elementos que caracterizan a estos lugares y a sus habitantes de la delegación de esa época.

Los grupos iniciales del valle de lo que hoy es la actual Delegación tuvieron una economía de auto consumo, basada fundamentalmente en la agricultura y complementada con la caza, la pesca y la recolección.

Sus primeros cultivos fueron el maíz, el frijol, el chile y la calabaza; luego lograron cosechar, aguacate, jitomate, chayote, tubérculos como el camote, y producir el pulque, bebida embriagante obtenida del maguey; así como también lograron domesticar animales como guajolotes, patos y perros.

Los antiguos pobladores pudieron vivir del producto del suelo gracias a la técnica de regadío y cultivo con base en la explotación de las zonas acuática. Los ríos y lagos fueron indispensables para su productividad; gracias a esto también lograron vías de comunicación rápidas y de conexión económica.

Al iniciarse la década de los cuarentas, en nuestro país se dio un crecimiento económico asombroso que se reflejó en la Ciudad de México.

Debido al conflicto bélico mundial de 1939–1945 que privó de muchas manufacturas importadas y aumento el precio de nuestras materias primas, México pudo acelerar el proceso de sustitución de importaciones, con ello, el país vivió un periodo de rápida industrialización.

Indudablemente, también tuvieron que ver en este desarrollo las reformas sociales Cardenistas que, al dotar de tierras a muchos campesinos y aumentar el poder adquisitivo de los obreros que ampliaron el mercado interno.

En 1941 fue reformada la división política del Distrito Federal, el cual fue dividido en doce partes la mayor de ellas comprendió el área denominada Ciudad de México, compuesto por las antiguas municipalidades de México, Tacubaya y Mixcoac. Junto a ella aparecieron once delegaciones. “Es de notar que en esta fecha desapareció la delegación General Anaya – creada con la reforma de 1928-, cuyo territorio paso a formar parte de la hoy delegación Benito Juárez y Coyoacán”<sup>(89)</sup>.

---

89. María Eugenia Arias Gómez y María del Carmen Collado Herrera “Delegación Benito Juárez” Instituto de investigación José María Luis Mora, México 1984, pp. 15-18,139

Cuando la exportación del petróleo dominaba la economía del país, se dio un repunte en la industrialización a ritmos nunca antes vistos. Durante los periodos de los crecimientos económicos, la Ciudad de México tuvo un gran desarrollo.

Estas características se reflejaron en la actual delegación Benito Juárez, a través de un aumento en las vías de comunicación los transportistas, las obras públicas, como hospitales, escuelas, mercados y en las privadas como centros comerciales, edificios, teatros, hoteles y supermercados.

De 1950 a 1960 el municipio de Benito Juárez dejó de ser parte de las afueras de la ciudad y paso a convertirse en una de las delegaciones del centro de la ciudad. Este crecimiento urbano no fue armónico y en área metropolitana: mientras al norte y al oriente surgieron principalmente colonias proletarias y asentamientos marginales, producidos por la inmigración del campo a la ciudad al sur y al poniente surgieron colonias de clase media y clase alta, como resultado de la movilidad social y del mejoramiento de las condiciones debida de algunos sectores de la población.

Aspectos competitivos de la Delegación Benito Juárez.

A partir de de 1940 muchas colonias, como la del Valle, la Narvarte o la Nápoles, que habían sido urbanizadas se llenaron de casas a gran velocidad. Precisamente, este auge de las urbanizaciones de clase media y alta es resultado del desarrollo de la clase media ocasionando por la industrialización.

Otros poblados, como Mixcoac, San Juan, San Simón, San Pedro de los Pinos, Activan y Nonoalco todavía conservan parte del sabor del pasado en el trazo de sus calles y en algunas de sus construcciones y plazas estos antiguos pueblos conviven con edificaciones modernas. Las colonias Álamos o Portales son un producto vivo de crecimiento urbano posrevolucionario; fueron hechos para satisfacer la demanda de vivienda de la clase media de menos recursos.

En 1945 se construyó la plaza México, la edificación de este caso en el área delegacional se explica por la tendencia al ir sacando del centro antiguo de México los grandes sitios de concentración pública. Con el mismo objeto se construyó el estadio de la ciudad de los deportes y en la misma época aproximadamente.

La llegada de las torres y las vías rápidas.

Se manifiesta el resurgimiento de áreas residenciales más al sur como San Ángel, el Pedregal, Coyoacán y Tlalpan. Con esto la delegación dejó de ser el límite al que llegaba hacia la Ciudad al primer tercio del siglo XX, en 1949 se construyó el conjunto urbano Presidente Miguel Alemán, que estuvo compuesto por quince edificios, y con 1080 departamentos. Esta unidad habitacional fue la primera y más moderna que existió en la Ciudad de México por lo que revolucionó los conceptos habitacionales y trató de dar respuesta a la creciente demanda de vivienda cómoda y a precios accesibles.

“La incorporación a la delegación fue la secretaria de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de asentamientos Humanos y Obras Publicas en 1954, así como el levantamiento del Hospital 20 de Noviembre, del Parque Delta y el Hospital de Traumatología de Xoco”<sup>(90)</sup>.

Como resultado de la incorporación al núcleo de la Ciudad de México y del auge del automóvil se construyeron las primeras vías rápidas como son el Viaducto Miguel Alemán, Río Becerra, la Calzada del Tlalpan y el Periférico, que cruzan a la delegación Benito Juárez de norte a Sur y de oriente a poniente.

Con esto la delegación perdió sus últimos arroyos: estos se convirtieron en las interminables cintas de asfalto que cruzan nuestra actual Ciudad de México. “Cada vez mas automóviles llenaron las calles al tiempo que se apagaban los pregones de los vendedores a finales de la década de los setenta, sobre la Calzada de Tlalpan, hizo su entrada el anaranjado metro en la octava década el siglo XX, en la delegación se hizo necesaria la construcción de vías de comunicación más rápidas. Así, surgieron los primeros ejes viales como constitución del circuito interior: como son Av. Revolución y Av. Patriotismo”<sup>(91)</sup>.

## **8.2 La competitividad del empresario**

En términos generales el empresario es un individuo que posee un conjunto especial de habilidades mentales y emocionales, así como la tendencia a realizar ciertas funciones particulares en la sociedad en la que vive. Estas habilidades y tendencias personales lo llevan a realizar actividades que se proponen la creación, el manejo y el crecimiento de unidades económicas autosuficientes, es decir, empresas.

Los esfuerzos que cada uno de estos empresarios hacen para crear, mantener y agrandar sus empresas para generar enormes cantidades de automotivación y para transmitir esta motivación a sus colaboradores.

En el caso de las distribuidoras de autopartes los empresarios empezaron por crear y poner en práctica sus ideas, en este caso fue el de la venta de refacciones para todo tipo de autos, que van desde una bujía hasta un motor. Algunas de estas se especializaron en la venta de refacciones de una sola marca y otras en la venta de refacciones de varias marcas.

Una parte importante de estos negocios es que tanto dueños y personal se tienen que estar capacitando constantemente y adaptando a las nuevas tecnologías ya que cada vez hay más marcas y modelos de autos sofisticados y con nuevos sistemas en el mercado y esto les pide nuevas formas de organización en la cuestión de venta de sus productos y así poder asesorar de una mejor manera a sus clientes.

Pero, desafortunadamente no todos cuentan con este sistema ya que la única forma de capacitación es con la información que les dan sus clientes cuando van a comprar las refacciones de sus autos.

---

90 y 91. María Eugenia Arias Gómez y María del Carmen Collado Herrera “Delegación Benito Juárez” Instituto de investigación José María Luis Mora, México 1984, pp. 140-145

A diferencia del director o ejecutivo, que es responsable de la supervisión de los procesos, el empresario de cada uno de estos negocios se responsabiliza de la creación o localización de nuevas ideas y de ponerlas en práctica.

A continuación menciono una lista de las responsabilidades y funciones que se asigna a sí mismo uno de los empresarios de un negocio de autopartes:

1. La búsqueda y el hallazgo de oportunidades económicas en el mercado.
2. El manejo de los recursos financieros necesarios para la consecución y realización del o de los proyectos de su negocio.
3. La selección y capacitación de sus empleados.
4. La responsabilidad última (más allá del director) de la administración del negocio.
5. Detectar la mayor parte de la incertidumbre y el riesgo, y responsabilizarse de reducirlos al mínimo.
6. La responsabilidad última de la motivación interna del negocio.
7. Realizar todas las negociaciones (políticas, financieras, laborales, etc.) necesarias.
8. Encontrar y utilizar toda la información útil.
9. Resolver la crisis.
10. Ser un buen líder .

En este sentido el empresario es motivado por su conocimiento expansivo de las circunstancias en la cual opera; constantemente modifica sus objetivos para adecuarse a esa situación, ajustando sus necesidades y acciones a la economía, la sociedad y la política.

Diferencia entre un ejecutivo y un empresario:

El ejecutivo es un individuo que supervisa la eficiencia continua de los procesos (productivos, industriales, comerciales, etc.). Supervisa la eliminación de pérdidas y desperdicios, que los itinerarios y los contratos se cumplan, dispone la rutina de la empresa y toma decisiones necesarias cuando ésta se desvía o se necesita, etc.

El empresario a pesar de que puede ser también ejecutivo, tiene una función distinta. Su trabajo es el de localizar o crear nuevas ideas (innovaciones) y ponerlas en la práctica, es un promotor. Éste debe dirigir, motivar e inspirar, muchas veces por encima del desperdicio y la ineficiencia, y a pesar de ellos.

En realidad, "un empresario está dedicado a la resolución de problemas, así como también tiene que dedicarse a llenar todas las brechas que encuentre entre insumos y productos, maquinaria, publicidad, capacitación de recursos humanos, educación o penetración del mercado, debe encontrar y adiestrar directores y ejecutivos, que por lo demás no siempre está disponible"<sup>(92)</sup>.

### **8.2.1 La competitividad de las empresas de autopartes**

Tal y como se viene mencionando desde el punto 5.7 del marco teórico, los negocios de autopartes se enfrentan a un exceso de trámites y gestiones para abrir y operar, lo cual en muchas ocasiones representa una limitante para el crecimiento de la actividad productiva. Esta actividad desincentiva el cumplimiento de las obligaciones tributarias, promueve la evasión y la informalidad de los negocios.

Se requiere que se promueva un entorno económico favorable al desarrollo de los negocios, en donde la mejora regulatoria ocupe uno de los papeles principales.

La cultura empresarial en México no se ha desarrollado a su máximo potencial, en especial las micro y pequeñas empresas incluyendo los negocios de autopartes, que en su mayoría inician como negocios de subsistencia sin mayor conocimiento de los conceptos básicos de la administración del negocio.

Otra de las limitaciones es la capacitación gerencial y laboral ya que constituye una de las bases importantes para el incremento de la productividad, sin embargo, muchas veces este instrumento de apoyo no recibe la atención adecuada por parte de los negocios de autopartes (costo de la capacitación, falta de tiempo, etc.). En su mayoría lo omiten ya que prefieren contratar personal que tenga un mínimo de conocimiento y que conforme se valla relacionando con los clientes o proveedores se va ir actualizando y ésta es su forma de capacitarse.

En su mayoría no cuentan con la información y orientación oportuna, esto repercute sobre su capacidad de gestión y penetración de mercados, al no tener una visión completa del entorno en el que operan y la competencia a la que se enfrentan, y por tanto, reduce las posibilidades de que estas sobrevivan en el mercado, disminuyendo sus márgenes de ganancia y limitando las capacidades de crecimiento.

También es difícil el acceso a esquemas de financiamiento oportuno, adecuado y en condiciones competitivas, ya que estos negocios en su mayoría, no tienen acceso a un crédito adecuado en tasa y forma para satisfacer sus necesidades de financiamiento. Más de la tercera parte de las empresas encuestadas consideran que las altas tasas de interés son el mayor problema para solicitar un crédito. La escasez de financiamiento por parte de la banca comercial ocasiona que la principal fuente de financiamiento sean sus proveedores, lo que a su vez limita la capitalización de las empresas.

En el siguiente cuadro se muestran los cuatro niveles de competitividad en las que se pueden clasificar las empresas con base a las características que reflejan. Se expone también el tipo de prácticas predominantes (nivel emergente) y se desplaza hacia mejores prácticas hasta llegar a los estándares de excelencia (nivel de clase mundial).

**Cuadro 39**  
**Niveles de competitividad de las empresas <sup>(93)</sup>**

<b>Empresa Características Prioridad</b>	<b>Emergente Supervivencia</b>	<b>Confiable Diferenciación</b>	<b>Competente Innovación</b>	<b>Clase mundial Liderazgo</b>
<b>Mejores Prácticas</b>	Sistemas gerenciales y administrativos	Mejora continua y benchmarking	Desarrollo de nuevos productos	Obsolencia de productos acelerada
<b>Cobertura de mercado</b>	Local	Nacional	Región internacional	Global
<b>Nivel distintivo de su administración</b>	Operación	Calidad o exportación	Calidad y exportación	Gestión tecnológica
<b>Capacidad tecnológica</b>	Limitación	Adaptación y/ o mejora	Desarrollo	Licenciamiento
<b>Actitud de cambio</b>	Reacciona	Se adapta	Promueve	Origina

Fuente: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Programa especial de Ciencia y Tecnología. 2001-2006

93. La definición de los niveles de competitividad empresarial se presenta de la siguiente manera:  
 Emergente: habilidad para sobrevivir por medio de la improvisación en operación. Confiable: nivel de calidad repetible en las áreas principales de la empresa. Competente: área y personal especializado en el desarrollo de nuevos productos, proceso y servicios. Clase mundial: control total del ciclo de desarrollo de nuevos productos, gestión tecnológica y prospectiva.

### 8.3 Las entrevistas

Para saber más en relación a los empresarios de autopartes de la delegación Benito Juárez, donde se llevó a cabo el estudio, se elaboro un cuestionario para conocer más sobre este giro y sus tipos de mercancías así como sus estrategias de competencia y venta y sus principales clientes, entre otras preguntas. Estas entrevistas no tienen carácter de encuesta al no aplicarse un método especial para que fuese representativa en el método estadístico, por lo tanto estas entrevistas solo deben tomarse con un carácter indicativo o referencia.

A continuación se muestran unos cuadros de los negocios participantes en la muestra.

## RESULTADOS DE LA ENTREVISTAS

<b>Nombre</b>	<i>Renault Los Leones</i> <b>1</b>	<i>Refaccionaria California</i> <b>2</b>	<i>Autopartes Castro</i> <b>3</b>	<i>Refaccionaria Portales</i> <b>4</b>	<i>Auto refacciones y rodamiento Saratoga</i>
<b>Inicio de operaciones</b>	1988	1964	1983	1978	1988
<b>Domicilio</b>	Calle Dr. Vértiz 900-A, Col. Narvarte C.P 03020, Del. Benito Juárez México D.F.	Calle Sevilla 214 Col. Portales. Del. Benito Juárez, CP 03300, México D F	Calle Bulgaria 129-A Col. Portales Del. Benito Juárez, CP 03300, México D.F.	Calle Bulgaria 1278 Col. Portales Del. Benito Juárez, CP 03300, México D.F.	Calle Saratoga 313-F Col. Portales Del. Benito Juárez, CP 03300, México D.F.
<b>Tels.</b>	5682-0048	5672-8055	5672-1568	5532-6378	5674-0263
<b>Fax</b>	5687-6087	5539-6907	5532-9041	5539-1412	5539-3576
<b>Resp. Info.</b>	Sr. Leandro León	Sr. Carlos Dieguez	Sr. Bernardo Vega	Sr. Rubén Quintana	Sr. Mario Almazán
<b>Puesto o cargo</b>	Ventas Mostrador	Gerente de Ventas	Ventas Mostrador	Gerente de Ventas	Ventas Mostrador
<b>No. empleados</b>	2	10	2	5	2

## RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

<b>Nombre</b>	<b><i>Refacciones Imosa 6</i></b>	<b><i>Auto Refacciones Mágnun</i></b>	<b><i>Autopartes Originales 8</i></b>	<b><i>Autopartes HC 9</i></b>	<b><i>Refaccionaria la Cotorra 10</i></b>
<b>Inicio de operaciones</b>	1978	1983	1987	2003	2004
<b>Domicilio</b>	Dr. Barragán 389. Col. Buenos Aires. C.P. 06780 México D.F.	Dr. Guadalupe García 178 Col. Buenos Aires. C.P. 06780 México D.F.	Eje Central L. Cárdenas 856 Col. Niños Héroes C.P. 03440 Del. Benito Juárez México D.F.	Calle Bulgaria s/n Col. Portales Del. Benito Juárez C.P. 03300. México D.F.	Calle Romero 182 Col. Niños Héroes C.P. 03440 Del. Benito Juárez México D.F.
<b>Tels.</b>	5538-3598	5530-0733	5590-4001	5674-9990	5696-1277
<b>Fax</b>	5530-1024	5440-1535	5579-0654	5674-9990	5698-4979
<b>Resp. Info.</b>	Adolfo Ocampo	Javier Castro	Rubén Reyes	Srita. Norma	Sr. Roberto Vargas
<b>Puesto o cargo</b>	Sub. Gerente	Propietario	Propietario	Ventas Mostrador	Ventas Mostrador
<b>No. empleados</b>	10	10	10	5	5

## 1. ¿Cuánto tiempo lleva vendiendo autopartes?

Para el presente trabajo se tomaron como muestra empresas que han sobrevivido a diversas crisis y se mantienen trabajando. De las 10 empresas la más antigua cuenta con 44 años de experiencia. La de menor tiempo de operación es de 4 años. En promedio las empresas tienen 25 de trabajo.



Elaboración propia. Julio 2008.

## 2. ¿Qué tipo de refacciones vende?

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carrocerías, remolques, vestiduras, pintura, cristales, accesorio	2	14
Hidráulico, transmisiones, direcciones	2	13
Suspensiones, amortiguadores, muelles, rotulas, gomas, bujes	2	13
Eléctrico, luces, encendidos, computarizado, motor	2	13
Tubo de escape, auto contaminantes	2	13
Afinación, filtros, sensores, bombas de gasolina, valeros, bombas, bujías, aceites	5	34
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008.

Del 100% de las distribuidoras de Autopartes el 34% se enfocan más a la venta de accesorios de afinación, el 14% a las Carrocerías y sus componentes y el resto a la venta de todo tipo de refacciones.

3. ¿A quién le vende?



Dentro de la muestra, las distribuidoras seleccionadas han mantenido un adecuado crecimiento y soporte gracias a la manera de comercializar sus productos. Y todos sus productos los venden al público en general.

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008.

4. ¿Le parece adecuada la ubicación de su empresa?

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	9	90.0
NO	1	10.0
<b>Total</b>	10	100%

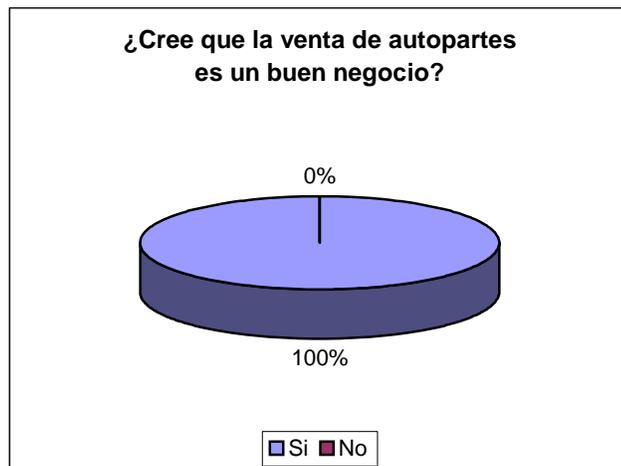
Fuente. Elaboración propia. Julio 2008.

El 90% de las distribuidoras están satisfechas con la ubicación de sus negocios al contar con un buen abastecimiento de sus autopartes, servicio al público y de las vías de comunicación en las que se encuentra su negocio. El restante 10% se ubican en zonas poco transitadas.

5. ¿Cree que la venta de autopartes es un buen negocio?

A pesar de las dificultades que hay actualmente en el mercado, incluyendo a la competencia extranjera y la del mercado negro, todos coinciden en que el vender autopartes sí es negocio.

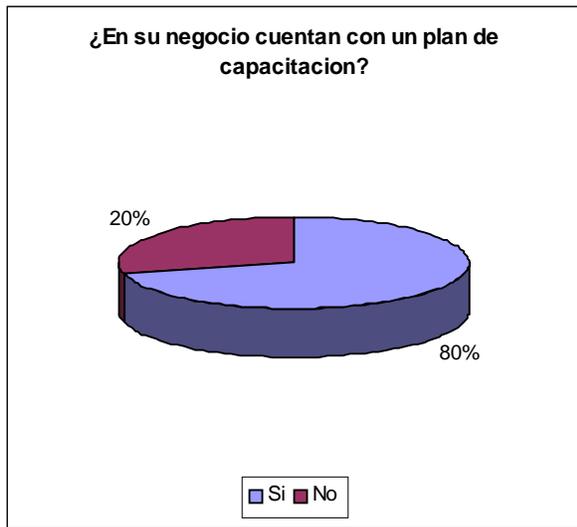
Algunos consideran que este año es para sobrevivir esperando que la situación de la economía del país mejore.



Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

Fu

6. ¿En su negocio tienen un plan de capacitación?



De todos los entrevistados el 80% no cuentan con un plan de capacitación dentro de sus negocios sino que contratan gente con conocimientos en el ramo y con eso les basta. El 20% de las distribuidoras sí cuentan con un plan de capacitación ya que dicen que no basta con tener el conocimiento sino que tienen que estar al día con las autopartes porque cada vez salen más partes y autos nuevos.

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

7. ¿Considera que las autopartes mexicanas son competitivas?

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si son competitivas	8	80%
No son competitivas	2	20%
<b>Total</b>	10	100%

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

8 de cada diez distribuidoras consideran que las Autopartes Mexicanas si son competitivas por que tienen una buena calidad, son de buen material y tienen una mejor duración, a comparación de las asiáticas y brasileñas, pero no las compran muchas veces por el precio o por que no lo sabe el cliente. 2 de cada diez consideran que no son de buena calidad por el material de las autopartes que venden, los empaques no tienen garantía y los acabados no son buenos

8. ¿Cómo es la durabilidad de las autopartes orientales con respecto a las autopartes originales?

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Autopartes originales	10	100%
Autopartes Chinas, Taiwán	10	20%-50%

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

Todos los entrevistados coincidieron que las autopartes originales tienen una mayor durabilidad a comparación de las autopartes Chinas o de Taiwán, por que no tienen calidad y su rendimiento es menor, pero a ellos les conviene por que como no duran mucho y con la ayuda de los mecánicos que no las instalan bien su periodo de vida útil es menor así como sus precios también, por eso las venden más.

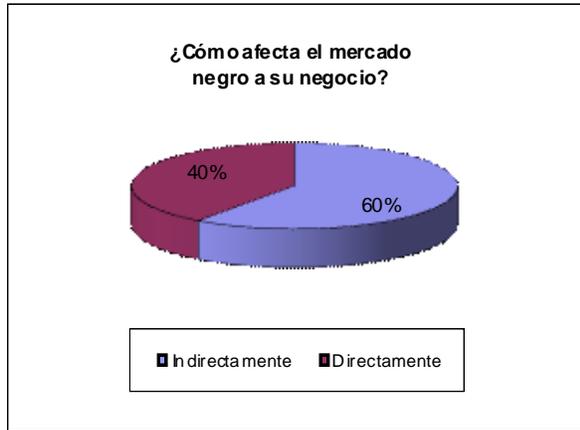
9. ¿En qué sistema son más competitivas las autopartes Mexicanas?

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carrocerías	2	20%
Hidráulico	1	10%
Suspensiones	3	30%
Eléctrico	1	10%
Mecánico	2	20%
Afinación	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

Lo que se puede observar es que las autopartes mexicanas si son competitivas. Ya que los entrevistados nos comentaron que muchas veces son mejor las autopartes nacionales que las importadas y que si hay mucha diferencia con las autopartes extranjeras en muchas cuestiones.

#### 10. ¿Cómo afecta el mercado negro a su negocio?



De todos los negocios entrevistados la mayoría nos comenta que el mercado negro les afecta de una manera Indirecta (60%) por que la gente lo que busca es que les den garantía, calidad, y en algunos casos facturas de sus productos. El 40% restante mencionan que si les afecta directamente porque las autopartes son más baratas y porque las personas de este giro están cercas del negocio y hacen competencia desleal y eso provoca que bajen sus ventas.

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

#### 11. ¿Cómo es su relación con los otros negocios de Autopartes?

El 90% de los entrevistados nos dijeron que su relación con los demás establecimientos es buena porque se ayudan mutuamente entre ellos, tienen comunicación constante y trabajan cosas distintas. Y el 10% restante su relación es regular porque están más dedicados a su negocio.



Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

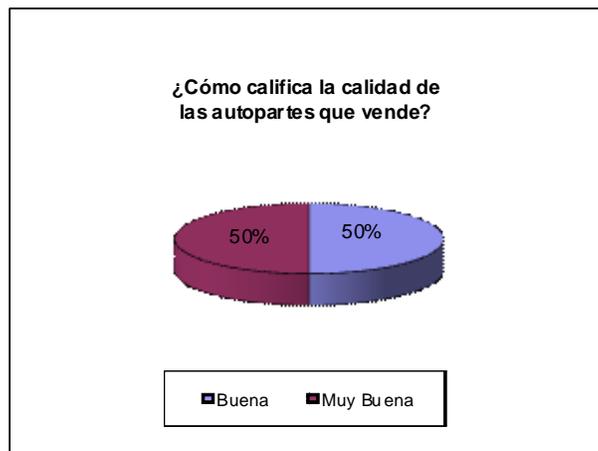
12. ¿Las Autopartes que compra para su negocio las determina por?

El 50% de los entrevistados dijeron que las determinan por el precio ya que hay mucha competencia y por los giros negros que invaden el mercado. El 30% por su calidad ya que buscan el buen funcionamiento del producto y la durabilidad del mismo cosa que no dan las refacciones usadas. Y el 20% por el consumo ya que de acuerdo con sus inventarios ven que tipo de refacciones se venden más.



13. ¿Cómo califica la calidad de las autopartes que vende?

Todos los entrevistados nos dijeron que la calidad de sus productos es de buena a muy buena calidad, esto lo hago suponer porque las autopartes que son originales, son de marca, porque el cliente es muy selectivo, la calidad del material con la que están hechas o porque son importadas para ciertas marcas de carros.



Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

14. ¿Cómo decide los modelos y marcas de autopartes a comprar?

El 100% de los negocios coinciden En que los modelos y las marcas de las autopartes que se compran para su venta la determinan por medio de la demanda de las mismas.



15. ¿Qué mecanismos usa usted para incrementar sus ventas?

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anuncios en revistas locales	2	20%
Propagandas	2	20%
Internet	1	10%
Visitas a talleres y flotilla	2	20%
Sección Amarilla	2	20%
Volantes	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

Fuente. Elaboración propia. Julio 2008

Lo que podemos ver en el cuadro de arriba es que todas estas formas que usan para anunciarse son las más comunes, ya que por medio de estas buscan llegar al cliente y ofrecer sus servicios para incrementar sus ventas y poderse así consolidar en su rama.

16. ¿Cuál es el porcentaje promedio de su Mark-Up?

El 100% de los entrevistados mencionaron que su ganancia es de un 20% a un 30%, ya que son refacciones originales, una de las razones, por la cual tienen esta ganancia, es porque los precios ya están calculados desde la empresa fabricante. A comparación de las refacciones usadas donde la ganancia es mayor, pero el problema aquí es que las refacciones no tienen garantía ni cambio.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

## **9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

A lo largo de la investigación se observó que el proceso de productividad no es del todo nuevo dentro del sistema, porque el desarrollo de la industria pesada requirió de mas capital por lo que tuvieron que buscar nuevas formas de acumularlo ya que los que financiaban eran los grandes bancos, así como también las sociedades anónimas que empezaron a caracterizarse en el siglo XIX.

Con el avance tecnológico y con la mejora de la maquinaria aumentó la productividad de los trabajadores que hizo posible reducir las jornadas de trabajo para que rindieran más. El salario de los trabajadores era alto pero era insuficiente para cubrir sus necesidades.

Dentro de la fase histórica la industria automotriz mexicana ha pasado por varias etapas de desarrollo mostrando un proceso notable de crecimiento, la cual se dio en tres periodos: El primer periodo se caracterizó por la falta del Estado Mexicano por tener una estrategia definida que fomentara una integración de la industria automovilística, ya que las empresas ensambladoras para poder operar tuvieron que importar la mayoría de las autopartes, estas utilizaban tecnología que funcionaba bien, pero que ya era obsoleta en sus países de origen y el mercado se inundó de una gran variedad de vehículos de diferentes marcas y modelos a precios excesivos.

En el segundo periodo se aplicaron políticas a la industria que se dieron en forma de decretos y su importancia es que la empresa terminal amplió las etapas de un proceso productivo con la apertura de plantas para que pudieran producir en el país, sin embargo su productividad seguía siendo baja, había una gran variedad de marcas y modelos que hacían imposibles la producción en masa de las partes y componentes y mantenían un elevado déficit comercial así como de altos precios.

Con el modelo de Sustitución de Importaciones que se dió en este periodo y que tenía gran importancia ya que su impacto fue positivo, lo que hacía era proteger a los proveedores de autopartes nacionales ya que obligaban a las empresas que ensamblaban a comprarles sus mercancías si querían seguir operando en el país, pero esto provocó que se desarrollara una industria de autopartes deficiente y poco competitiva, pues está ya tenía garantizada la compra de sus productos que la mayoría carecía de calidad. Estos proveedores no buscaron un desarrollo tecnológico, de diseño y de mejora de procedimientos para reducir costos así como de tiempos de entrega y capacitación de los trabajadores que en la actualidad sigue igual.

Una vez que se abrió el comercio, los productores nacionales empezaron a competir con empresas internacionales que ofrecían sus productos con mayor calidad y a un menor precio, por lo que las empresas empezaron a comprarle a ellos desplazando a la industria nacional de autopartes por lo que se tuvo que adoptar a las nuevas exigencias del mercado.

En la tercera fase el déficit comercial y la industria se convirtió en foco de atención de la política del Estado por lo que emitió el decreto de 1983 para poder organizar a la industria y poder así impulsar las exportaciones, pero la política aplicada significó un retroceso para el

desarrollo industrial ya que el modelo de sustitución de importaciones dejó de ser prioritario por la necesidad de orientar la producción al exterior. Por lo que para que la empresa terminal pudiera exportar y poder competir con el mercado internacional se emitió el decreto de 1989 el cual permitió incorporar la producción de partes y componentes de la industria maquiladora a la industria de vehículos y eliminó las restricciones que la inversión extranjera pudiera invertir en el sector de autopartes.

Esto implicó sacrificar gran parte de los avances que se lograron por el sector de autopartes nacional que por no actualizarse y tener atraso tecnológico, baja productividad y calidad, le resultó difícil sobrevivir frente a la competencia internacional y lo más penosos es que no se ha aprendido por que se sigue igual o peor.

También se firmaron acuerdos internacionales entre los que sobresalió el del TLCAN; lo que provocó la ampliación del proceso productivo de la industria e incorporando la fabricación de grandes masas de maquinado, ensamblado de motores y de automóviles lo que provocó que la industria se fuera hacia el centro norte y norte del país para estar más cerca del principal mercado que son los Estados Unidos.

Ya una vez puesto en vigor el TLCAN, México ha sufrido una recesión económica muy fuerte, lo que ha provocado que muchas industrias mexicanas se vean afectadas, ya que el TLCAN significó una disminución progresiva de los aranceles, por lo que alentó a los transnacionales a producir aún más y poder participar en el mercado nacional.

La industria automotriz en Norteamérica ya funcionaba como una industria integrada desde antes del TLCAN en el caso de Estados Unidos y Canadá, ya que data de la década de los 60s con la firma del Autopact; mientras que en México se adhirió esta dinámica al finalizar la década de los 80s lo que significa que aun sin el TLCAN, la industria automotriz ha ido construyendo su propio camino de integración continental.

En México la industria en general sufrió un ajuste ante la apertura de autos usados al país prevista en el TLCAN para enero del 2009. Con esto el sector automotriz mexicano puede tener un crecimiento moderado por la falta de políticas, así como en la renovación del parque vehicular chatarra.

Con el decreto publicado en agosto del 2005 las empresas automotrices han manifestado su inconformidad de este mismo, ya que la entrada de estos autos ilegales no cuenta con la creación de controles o candados, así como normas y leyes para el control de emisiones contaminantes y de seguridad, y tampoco permite la renovación del parque vehicular.

Debo decir que el Estado dejó de participar activamente en buscar un verdadero desarrollo nacional de la Industria automotriz, para que este se convirtiera en un eje principal en el cual giraran las demás ramas de la Industria y de la economía.

El hecho de que los demás sectores de la economía no se integren a las necesidades del crecimiento automotriz no depende de la falta de competitividad sino de la forma en que se negociaron los diversos acuerdos.

La recuperación del mercado ha sido lenta y las empresas realizan importaciones crecientes de autos nuevos, los diversos acuerdos comerciales han venido a facilitar las importaciones actuando en detrimento a la planta productiva instaladas en el país, ya que las mismas empresas que están en el país hacen las importaciones y provienen de sus mismas plantas instaladas en otros países, y así aprovechan al máximo su capacidad instalada e incrementan las ganancias de las empresas.

En nuestro estudio se planteo analizar a las empresas distribuidoras de autopartes, llamadas refaccionarias en la delegación Benito Juárez, cual se demostró que se han estado capacitando en conocer cada vez más el mercado de autopartes, ya sea de una marca en especial o en un poco de todas y que únicamente funcionan por su demanda habitual (lo que demanden los consumidores), pero que aun así se tienen problemas para conseguir algunas refacciones de las submarcas, pero con todo y esto buscan ser más competitivas.

Después del planteamiento de la hipótesis se demostró que las empresas refaccionarias tratan de mantenerse enteradas de la situación de la industria automotriz basándose en revistas especializadas de la rama y con proveedores como parte de su estrategia de actualización para hacer mas competitivas, ya que se menean por la demanda de los consumidores para cierta marcas de carros.

Para que haya una industria de autopartes más competitiva se necesita:

- Tener una subcontratación para un crecimiento a través de conocimientos de tecnología.
- Una amplia movilidad y ubicación de estos negocios para los clientes.
- Que las empresas den capacitación y aprendizaje tecnológico en cuanto a lo más novedoso.
- Que haya decretos gubernamentales que fortalezcan a estos negocios así como a empresas de mayor tamaño.
- Fortalecer el mercado interno teniendo un crecimiento de las ventas.
- Instrumentar medidas que permitan orientar más a estos negocios hacia la competitividad.
- Contar con sistemas fiscales y laborales más competitivos.
- Una rápida adaptación a los requerimientos en diseño y fabricación de las autopartes para los modelos conocidos.
- Fortalecer y reorganizar a los proveedores, fabricantes y distribuidores para que estén a la altura, en cuanto a la calidad y precios de los productos.
- Desarrollar autopartes a través de unos procesos sustentables y con materias primas renovables.

En la actualidad, la industria automotriz es una industria verdaderamente despedazada a la que se le tiene que dar apoyo, ya que es una parte importante de la economía del país, no sólo por lo que aporta sino también por los empleos que genera.

Para saber un poco más mencionare algunos factores por los que está pasando esta industria en la actualidad.

Las ventas se han estado cayendo en un 28% y solo ha habido una cifra mayor que fue del 51% en el año de 1995.

Las exportaciones se cayeron 51%, se partieron a la mitad, por eso lo que sucede en Estados Unidos es fundamental para México porque por más que se saquen planes de apoyo al empleo y de infraestructura si no se están exportando carros.

Las fábricas de coches van a tener que despedir a la gente, aunque ahora el nuevo plan es que el gobierno va a poner una parte del dinero, la fábrica va a poner otra parte del dinero y le van a pagar dos terceras partes a los trabajadores cuando haya paro técnico. Esto me parece insuficiente ya que se deberían de atacar desde la raíz que en este caso serían las empresas a las que se les tiene que dar el apoyo para que se reduzca la pérdida de empleos y a su vez se creen más.

También es un problema de demanda, pues los consumidores no están comprando automóviles porque no tienen dinero para pagarlos, además de que la venta de automóviles en todo el mundo está basada en el crédito. Muy raro es el que llega a comprar el carro y lo paga de contado.

Con esto algunas empresas en Estados Unidos han creado planes de 4 y hasta 6 años sin interés o en el ya famoso 2X1. Este problema de la Industria Automotriz lo vemos en todas las economías y las cifras de Estados Unidos son peores que la cifras mexicanas.

Pero ojo por que hay que ponerle una mirada a China y la India, ya que la empresa Tata Motors de la India compro la empresa Jaguar, Robert y LG que son las automotrices que no han caído en sus ventas y además tienen un coche que es preocupante en términos de ecología que vale 3000 dólares. Por otra parte se rumora que Volvo se va quedar en China y si alguien tiene la posibilidad de vender 10, 15, 20 millones de carros al año es China con coches accesibles.

En México a fin de contrarrestar esta caída se ha solicitado a la Secretaría de Economía y a la Secretaria de Hacienda regresar la deducibilidad de 300 mil pesos para los vehículos nuevos, crear un esquema de depreciación acelerada de 12, 18 o 24 meses, suprimir de impuesto sobre automóviles nuevos y reducir la tenencia vehicular lo cual lo dudo mucho.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de  
comercialización.

## **10. ANEXO**

El presente cuestionario tiene como objetivo el recabar información en relación a la situación de las empresas distribuidoras de autopartes.

## ENTREVISTA

NOMBRE DEL NEGOCIO: \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_

TELEFONO: \_\_\_\_\_

TIEMPO DE ESTAR EN OPERACIONES EL NEGOCIO: \_\_\_\_\_

PUESTO DEL ENTREVISTADO: \_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO

1. ¿Cree que la venta de autopartes es un buen negocio?

SI ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿Qué tipo de refacción vende?

### CARROCERIA

Vestiduras ( )  
Pintura ( )  
Cristales ( )  
Accesorios ( )  
Focos ( )  
Llantas ( )  
Rines ( )

### HIDRAULICO

Transmisión automática ( )  
Transmisión estándar ( )  
Dirección Hidráulica ( )  
Direcciones estándar ( )

### SIST.SUSPENCION

Amortiguadores ( )  
Muelles ( )  
Rotulas ( )  
Gomas ( )  
Bujes ( )

### ELECTRICO

Luces ( )  
Encendidos ( )  
Computarizado ( )  
Del motor ( )

### SIST. DE EMI. DE GASES

Tubo de escape ( )  
Tubo de escape deportivo ( )  
Autocontaminantes ( )  
Electronicos de control ( )  
de emisión de gases

### DE AFINACIÓN

Filtros de aire ( )  
Sensores ( )  
Bombas de gasolina ( )  
Baleros ( )

3. ¿Le parece adecuada la ubicación de su negocio?

SI ( ) ¿Por qué?\_\_\_\_\_

NO ( ) ¿Por qué?\_\_\_\_\_

4. ¿En general como califica la calidad de las autopartes que vende?

Muy buena ( ) Buena ( ) Normal ( ) Suficiente ( ) Mala ( )

¿Por qué?\_\_\_\_\_

5. ¿Considera que las autopartes mexicanas son competitivas?

SI ( ) ¿Por qué?\_\_\_\_\_

NO ( ) ¿Por qué?\_\_\_\_\_

6. ¿Las autopartes mexicanas que compran en su negocio las determina por?

Consumo ( ) Calidad ( ) Precio ( ) Servicio ( ) Proveedor ( ) Todos ( )

7. ¿En que sistema son más competitivas las autopartes mexicanas?

**CARROCERIA**

Vestiduras ( )  
 Pintura ( )  
 Cristales ( )  
 Accesorios ( )  
 Focos ( )  
 Llantas ( )  
 Rines ( )

**HIDRAULICO**

Transmisión automática ( )  
 Transmisión estándar ( )  
 Dirección Hidráulica ( )  
 Direcciones estándar ( )

**SIST.SUSPENCION**

Amortiguadores ( )  
 Muelles ( )  
 Rotulas ( )  
 Gomas ( )  
 Bujes ( )

**ELECTRICO**

Luces ( )  
 Encendidos ( )  
 Computarizado ( )  
 Del motor ( )

**SIST. DE EMI. DE GASES**

Tubo de escape ( )  
 Tubo de escape deportivo ( )  
 Autocontaminantes ( )  
 Electronicos de control ( )  
 de emisión de gases

**DE AFINACIÓN**

Filtros de aire ( )  
 Sensores ( )  
 Bombas de gasolina ( )  
 Baleros ( )

8. ¿Existe un mercado negro de las auto partes?

SI ( )

NO ( )

¿Cuál es y qué tipo de refacciones encuentra ahí? \_\_\_\_\_

---

9. ¿Cómo afecta este mercado a su negocio?

Directamente ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

Indirectamente ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

10. ¿Cómo es su relación con otros negocios de autopartes?

Buena ( ) Mala ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

11. ¿En su negocio tiene un plan de capacitación?

SI ( ) ¿En qué consiste? \_\_\_\_\_

NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

12. ¿Le gustaría capacitar a su personal?

SI ( ) ¿En qué los capacitaría? \_\_\_\_\_

NO ( ) ¿Por qué? \_\_\_\_\_

13. ¿Cómo decide los modelos y marcas de autopartes que compra?

Demanda ( ) Sugerencia del comprador ( ) Para tener stock ( )

14. ¿Cómo realiza la venta de sus autopartes?

Ud. mismo ( ) Vendedores ( ) Exposiciones ( ) Anuncios ( ) Mostrador ( )

**15.**¿Qué mecanismos usa usted para incrementar sus ventas?

---

**16.**¿Cómo es la durabilidad de las autopartes chinas en relación a otras, como las Motorcrap, ac delco y las Mopart?

---

---

**17.**¿Cuál es el porcentaje promedio de su mark-up?

---

---

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

# **1. BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

1. Análisis Sectorial, *Autopartes, Estudios Económicos y Socio-Políticos de México*, Grupo financiero Banamex, S.A de C.V., de Junio de 1997.
2. And, Conflict in Company Capitalism, Nueva York, Oxford University Press, 1984,
3. Arias, Gómez, María, Eugenia y Collado, Herrera, María del Carmen, *Delegación Benito Juárez*, Instituto de investigación José María Luis Mora, México 1984, pp. 15-18,139,140-145.
4. Cameron, Diaz, *Social Democracy, Corporatism, Labour Quiescence and the Representation of Economic*, pp.21-22
5. Carrillo, Jorge y García, Patricia, *Etapas Industriales y conflictos laborales: la industria automotriz en México*, Estudios sociológicos, No 14. Mayo-Agosto de 1987, pp.325.
6. Congreso internacional del automóvil, *El automóvil ante el siglo XXI*, México, 2004 pp. 491
7. Diario Oficial de la Federación, 16 de Junio de 1998.
8. Diario Oficial de la Federación, 20 de Junio de 1977.
9. Diario Oficial de la Federación, 3 de Diciembre de 2002.
10. Diccionario de términos más usuales en la administración
11. Diccionario: Economía y Empresa
12. Dussel, Peters, Enrique, *Perspectivas y Retos de la Competitividad en México, UNAM CANACINTRA*, México, 2003 pp. 328
13. Foro de La industria Automotriz, *El sector de Autopartes en México: Los retos de calidad y desarrollo de tecnologías*, Aguascalientes, 2000 pp12.
14. Gross, Daniel, Historias de Forbes, *Henry Ford y el modelo T*, Ed: Norma, Año 1997. pp.39-54.
15. Herrerías, Armando, *Mercantilismo: Bibliografía de una tendencia*, Ed. Limusa, México 1974 pp.31-32.
16. Informe de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, (AMIA), No 445, Diciembre 2001, PP. 10

17. Informe de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, (AMIA), No 446, Diciembre 2001, pp. 3-5.
18. Instituto de investigaciones del Senado de la República, la Industria Automotriz en el TLCAN, Julio 2003, pp. 39-40-46-61-62-75.
19. John, Daniels, Lee, Rade, Baugh, Teoría del comercio internacional,\_Negocios Internacionales, capitulo 5, Ed: Mac Grow Hill, pp. 143-447.
20. Krugman, Paúl, Economía Internacional, Teoría y Política, Cuarta Edición, Ed. MC Gras Hill pp. 1.
21. Márquez, Ayala, David, La Industria Automotriz en 2005, Sección Economía, México, Periódico La Jornada, 17 abril 2006.
22. Middlebrook, Kevin, Las dimensiones políticas de la reestructuración industrial: el caso de la industria automotriz mexicana, Política comparada, Vol. 23, núm. 3, Abril de 1991. pp. 21-22.
23. Mundo Ejecutivo, 1000 empresas más importantes del mundo, Sección Automotriz y autopartes, 2000-2001. pp.118-120.
24. Mundo Ejecutivo, 1000 empresas más importantes del mundo, Sección Automotriz y autopartes, 2003-2004. pp.106.
25. Mundo Ejecutivo, 1000 empresas más importantes del mundo, Sección Automotriz y autopartes, 2004-2005. pp.200.
26. Napio, Grande, Jaime, Política de estado en la Industria Automotriz 1925-2003, Tesis Facultad Economía 2006 pp.13-19.
27. Peyon, Pierre, Los orígenes de la Europa Moderna el mercantilismo, Ed: Ediciones de Bolsillo, pp. 61-63. pp. 164-165.
28. Revista, Ejecutivos de Finanzas, La Industria Automotriz, Septiembre, 2006, pp.31,42
29. Revista, PIME, Políticas para la competitividad, Mayo 2007 pp.58.
30. Ricardo, David, La referencia clásica de, The principles of Political Economy and Taxation, primera edición, publicada en 1817. Representation of Economic, pp.21-22
31. Rodríguez, Flavio, Irene, Con ayuda del fisco, rodara la Industria Automotriz, Milenio, 12 Agosto, 2002.
32. Senado de la República, La industria automotriz ante el TLCAN, Junio, 2003, pp.19-20.

Análisis de la industria automotriz en México situación del sector de autopartes en el periodo 1995-2006  
El caso de 10 distribuidoras de autopartes de la delegación Benito Juárez. Y su estrategia competitiva y de comercialización.

33. Smith, Adam, *Investigación sobre la naturaleza de la riqueza de la naciones*, Ed, Fondo de cultura económica México 1982 pp. 9.
  
34. Vargas, Sánchez, Gustavo, *Introducción a la teoría económica*, Ed: Prentice Hall, México, 2002, pp. 63.
  
35. Weintraub, Sydney, y Christopher, Sands. *The Impact of NAFTA on the Auto Industry in Canada*, The North American Auto Industry Under NAFTA, CSCI PRESS, Washington, 1998, pp. 169
  
36. Zapata, Francisco, *La reestructuración industrial en México*, El caso de la Industria de Autopartes, Ed. Colegio de México, México 2004, pp. 37-50.

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA POR INTERNET

1. Anexo 300-A, *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*, URL:<http://www.napta-sec-alena.org>, Marzo 2002.
2. Consulta de la Pag, [www.Monografias.com](http://www.Monografias.com).
3. Consulta de la Pag, [www.Wikipedia](http://www.Wikipedia), la enciclopedia libre.
4. Investment Policies and Implementation, ([www.actetsme.org](http://www.actetsme.org)), 2001.
5. La Rama de Autopartes en México. boletín de la Industria Nacional de Autopartes, (INA), 2004, [www.ina.com.mx](http://www.ina.com.mx).
6. María, Pelayo, Carmen, *Informe sobre competitividad*, México 2005, [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
7. Pag, [www.elextranewspaper.com](http://www.elextranewspaper.com) *Fabricantes de autopartes interesados en México*, Boletín del 07-15-2005.
8. Pag, [www.fox.presidencia.gob.mx](http://www.fox.presidencia.gob.mx) *México puede ser el mayor productor de autos de América Latina*.
9. Philip Kotler, Artículo del *Nuevo Marketing y Michael Porter los Clusters Locales*, pp. [www. Articulos.com.mx](http://www.Articulos.com.mx), 28/04/2005 Internet.
10. Segura, Gustavo, e Inman, Crist, Información tomada del Internet de la sección, *el reto de la competitividad*, Año 2005.