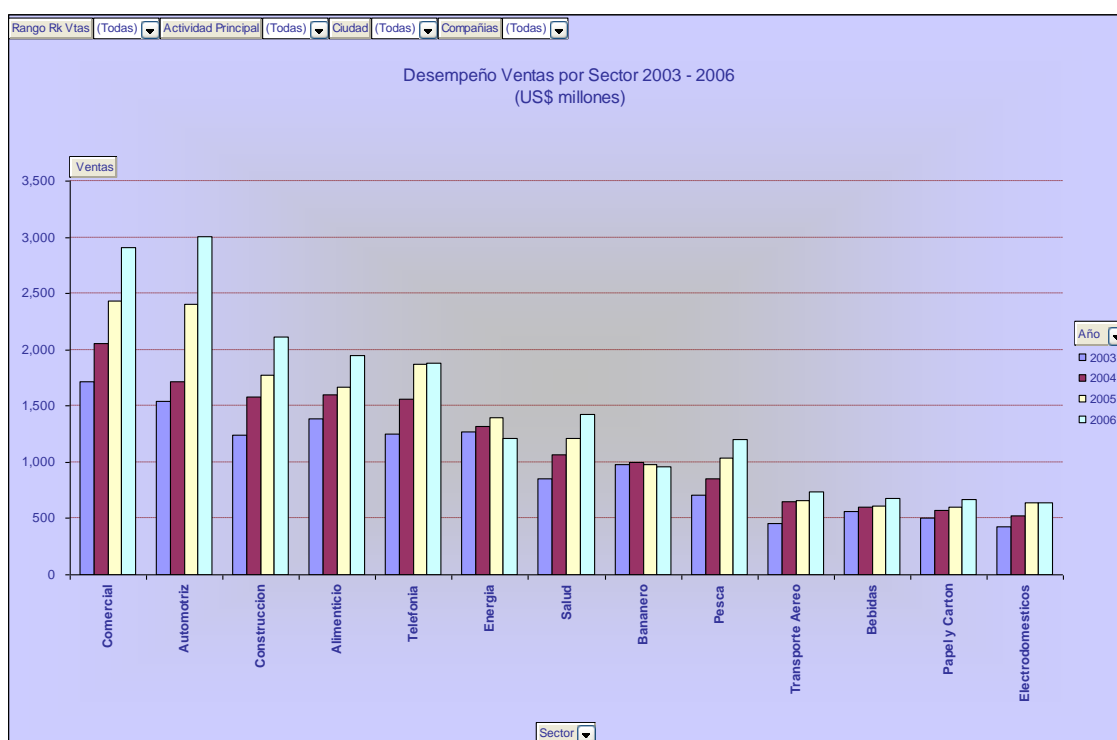


El ICE y su impacto en la industria automotriz

El sector automotriz es una de las industrias de mayor crecimiento en los últimos años en el Ecuador, llegando en el 2007 a una cifra récord de 93 mil unidades nuevas vendidas, de las cuales 81.375 corresponden a vehículos livianos.

Adicionalmente, el siguiente cuadro muestra la evolución en ventas (periodo 2003 a 2006) de las 500 mayores empresas del Ecuador segmentadas por industria, con lo cual se puede apreciar que el sector automotriz es el tercero más importante del país con US\$ 3,000 millones en ventas. El primer sector es el petrolero, no incluido en este gráfico, y cuyas ventas llegan a los US\$ 11,850 millones.



El crecimiento en ventas del sector automotriz es el de mayor porcentaje tanto en el 2005 como en el 2006, comparado con las industrias más importantes del Ecuador.

Sector	% Var 2004	% Var 2005	% Var 2006
Petrolero	39.6%	26.4%	13.3%
Comercial	19.8%	18.1%	19.7%
Automotriz	11.0%	40.2%	24.9%
Construcción	27.1%	12.3%	19.2%
Alimenticio	15.2%	4.8%	16.6%
Telefonía	25.0%	20.0%	0.4%
Energía	3.8%	6.5%	-13.2%
Salud	24.2%	14.0%	17.3%
Bananero	2.3%	-2.5%	-2.1%
Pesca	19.2%	22.7%	15.4%
Transporte Aéreo	43.9%	1.5%	11.4%
Bebidas	7.0%	1.2%	10.7%
Papel y Cartón	13.0%	5.5%	11.5%

Con esta evolución positiva de la industria, analizaremos como ha impactado el nuevo ICE en las ventas de unidades nuevas.

Los últimos años, 2006 y 2007, han sido de gran desempeño para el sector automotriz, ya que llegó a vender 89.950 y 93.000 autos nuevos, respectivamente. Considero que parte del auge de la industria se debe al mayor poder adquisitivo de los ecuatorianos, al igual que el financiamiento a mediano plazo otorgado por el sistema financiero.

Revisando la cifras mensuales de ventas de autos nuevos, se puede apreciar que diciembre es un mes estacionalmente alto para el sector, así en diciembre del 2006 sus ventas fueron mayores en un 29% al promedio de ventas mensuales entre enero y noviembre 2006. Sin embargo, el 2007 tuvo además un impacto especial – la ley de equidad tributaria con el nuevo ICE para los autos que entró en vigencia en enero del 2008. Esto “motivó” a los clientes a adelantar sus compras de autos y así las ventas de nuevas unidades, en diciembre del 2007, tuvieron el siguiente desempeño:

- ✓ 27% mayor a las ventas de autos nuevos que en diciembre del 2006
- ✓ 65% mayor al promedio de ventas mensuales entre enero y noviembre del 2007

La evolución de ventas mensuales de autos livianos (en unidades) se aprecia en la siguiente tabla:

Mes	2006	2007
Ene	6,306	6,775
Feb	5,619	5,807
Mar	6,504	6,443
Abr	5,746	6,129
May	6,360	6,039
Jun	6,795	6,213
Jul	6,572	6,760
Ago	7,253	5,972
Sep	6,638	5,996
Oct	6,784	7,472
Nov	6,860	7,175
Dic	8,376	10,594
Total general	79,813	81,375

Promedio Mensual		
Enero - Noviembre	6,494	6,435
Incremento Diciembre - Promedio Mensual	28.98%	64.64%

Durante los primeros meses del 2008, no se observa una reducción en el número de unidades nuevas vendidas, en enero puede ser debido a que siempre existe ventas que no se concretaron en diciembre y se cierran en el primer mes del año. Además, algunos concesionarios contaban aún con *stock* con el ICE anterior. Mientras que en febrero se observa ya una reacción de las marcas/fábricas al igual que los concesionarios, para mantener las ventas de autos nuevos. Es así que, en enero, se vendieron 7.472 unidades y en febrero 6.351, cifras similares a las de los mismos meses del 2006 y del 2007 como muestran los siguientes datos.

Unidades				
	Mes	2006	2007	2008
Livianos	Enero	6,306	6,775	6,764
	Febrero	5,619	5,807	5,833
Pesados	Enero	803	954	708
	Febrero	745	774	518
TOTAL	Enero	7,109	7,729	7,472
	Febrero	6,364	6,581	6,351

Innovaciones empresariales – creadas a partir del nuevo ICE – sostienen la venta de autos nuevos.

La reacción del sector automotriz frente al cliente final fue rápida. Algunas fábricas de autos reaccionaron favorablemente ante el pedido de sus clientes de ajustar los precios y así prefirieron no superar los US\$ 20.000 para el cliente final, en algunos modelos.

Entre las estrategias que han desarrollado especialmente en febrero del 2008 están las siguientes:

- ✓ Reducción del margen -compartido entre el concesionario y la fábrica- para autos cuyo precio estaba hasta en US\$ 24.000. Esto hizo que los nuevos precios estén por debajo de US\$ 20.000
- ✓ Autos con menos accesorios como por ejemplo, sin CD para música, sin aire acondicionado, ni techo corredizo, etc., para de esa manera bajar el costo del auto.
- ✓ En lo que se refiere a jeeps, aumentar opciones de 4x2

En fin, se puede apreciar que la industria de manera creativa está analizando alternativas para ofrecer al cliente un producto con calidad y precio que se ajuste a las necesidades del mercado.