

“El sector de autopartes está en un proceso de sálvese quien pueda”

DAVID CAYÓN Buenos Aires

Mientras las automotrices se aferran al plan del Gobierno y a los incentivos fiscales de Brasil para poder sobrevivir, las autopartistas argentinas quedaron fuera de la discusión oficial y el sector sufre un proceso de extranjerización. Para Mariano Sánchez, socio experto en industria automotriz de KPMG, habría que implementar un plan para toda la cadena de valor y, mientras tanto, reducir los costos de los insumos.

—¿Cómo golpeó la crisis al sector autopartista argentino?

—La crisis empezó con la escasez de crédito y terminó siendo de demanda. Todos los autopartistas están sufriendo caídas porque las terminales tienen un

volumen acumulado de producción, y las fábricas de partes no pueden tolerar tener capacidad ociosa por mucho tiempo.

—¿El crecimiento de las ventas de Brasil no ayuda?

—Tanto las ventas locales como las exportaciones sufrieron una caída superior al 15%. A nivel global se está dando una guerra de precios, donde los más baratos exportan. Asimismo, el 80% de lo que se exporta va a Brasil, por lo que la relación de competitividad con el país vecino es fundamental. Si tomamos todas las categorías de autopartes, Argentina era más competitiva que Brasil en 2003. Hoy cambió la tendencia y todas las categorías son más caras. Ahora, el que venda más barato sobrevivirá.

—¿Pueden las autopartistas

locales sobrevivir a este escenario?

—Estamos en un proceso de sálvese quien pueda. Hoy no hay compañía que resista un stock de más de 20 días. Tendre-

“Hace falta un plan que apunte a mejorar la competitividad e incentive la inversión tecnológica”

mos un sector más concentrado, con operadores internacionales comprando capacidad instalada.

—¿No existe un plan para detener esa tendencia?

—No, no hay un plan para las fábricas de partes. Se hizo uno

para las automotrices y las concesionarias, pero los autopartistas quedaron afuera.

—¿Qué se debería hacer?

—Un plan integral para toda la cadena, que apunte a mejorar la competitividad y que incentive la inversión tecnológica. Hasta hace poco, con el tipo de cambio alcanzaba para que la industria sea competitiva, pero si no se invierte en tecnología que baje los costos quedarán fuera del mercado. También se deberían implementar medidas concretas en el corto plazo que sirvan para ayudar al sector como, por ejemplo, bajar el precio de la chapa de acero.

—¿Serviría apoyarse en el crecimiento de las ventas a Brasil?

—Sí, pero hay un problema. Los autos que más se venden en



Mariano Sánchez, de KPMG

Brasil son los del segmento chico, y las fábricas argentinas producen y exportan modelos medianos. Si nuestro mercado natural es Brasil, y el negocio va hacia los modelos más chicos, puede ser que se disminuya las exportaciones a Brasil. Con lo cual apoyarse en Brasil tampoco es una gran solución.