

The background of the cover features three paintbrushes tilted downwards, pouring thick, vibrant paint into a palette. The paint colors are blue, yellow, and red. The paint is captured in mid-pour, creating a sense of motion and fluidity. The palette is partially visible at the bottom, where the paint is pooling. The overall composition is dynamic and colorful.

Informe Sectorial

Noticias sobre la economía argentina
N.º 7 - 2009

KPMG EN ARGENTINA

KPMG

AUDIT • TAX • ADVISORY



Contenido

Editorial

05

Servicios Financieros

06

Mercados Industriales

09

Mercados de Consumo

14

Información, comunicación
y entretenimiento

16

Sector automotriz

20



Editorial

Los problemas del segundo semestre

Por Enrique Szewach*

El adelantamiento de las elecciones, paradójicamente, postergó el año económico para el segundo semestre. No es que el día a día no importe y que la situación global y local se pueda “congelar” hasta pasados los comicios de fines de junio, pero lo cierto es que, difícilmente, surjan desde las políticas públicas soluciones de fondo a los problemas que se han venido presentando desde mediados de 2008. Además, desde el punto de vista del sector privado, la incertidumbre electoral, también posterga, en la medida de lo posible, decisiones en materia de inversión y gasto.

Mientras tanto, los problemas son evidentes. En primer lugar, la situación fiscal nacional y provincial, que lucía holgada hasta el año 2006, fue empeorando paulatinamente, al ritmo de mejoras salariales en las provincias, de una generosa moratoria previsional en la Nación, de los vencimientos de deuda, concentrados en los próximos años, con dificultades para su refinanciación, y de una fuerte caída en los ingresos públicos. Esta última, derivada de los menores precios internacionales de nuestros productos de exportación, de la sequía que redujo los volúmenes producidos y de la influencia sobre la recaudación de impuestos “tradicionales” del menor nivel de actividad interno producto de la recesión global, que frenó la demanda externa de bienes industriales y de turismo receptivo. A esto se suma una salida de capitales, o dolarización de portafolios, inducida por políticas públicas conflictivas (expropiación de fondos de pensión, enfrentamiento con los líderes del sector agropecuario, estatización de empresas, etc.).

El segundo problema, vinculado en alguna medida con el primero, es que la respuesta de nuestros socios comerciales a la crisis global fue una importante devaluación de sus monedas frente al dólar, lo cual redujo las ventajas de la competitividad cambiaria del peso argentino. En especial, en los sectores cuyos costos de mano de obra en dólares aumentaron fuertemente en los últimos años.

El tercer problema surge de la estatización de los fondos de pensión que alteró el modelo del mercado de capitales de largo plazo en moneda local de la Argentina, además de afectar la solvencia fiscal. Ésto sumado a la ya mencionada concentración de vencimientos de deuda pública en circunstancias en las que los cambios metodológicos en el INDEC para medir el ajuste por inflación, los problemas no resueltos con los acreedores internacionales que no aceptaron el canje de deuda de 2005 y el cierre casi total del mercado voluntario de crédito global, hacen casi imposible su refinanciación “pacífica” a tasas normales. La problemática está obligando al gobierno, por ahora, a recurrir a fondos acumulados dentro del propio sector público, a ofrecer canjes pseudo voluntarios de deuda en el sistema financiero local y a recurrir, eventualmente, a las reservas líquidas del Banco Central.

Por último, un mercado de trabajo que se debate entre los problemas de empleo surgidos por la caída mencionada de la actividad económica y los ajustes de salarios que, ante la aceleración inflacionaria del año pasado, han quedado descolocados en pesos y caros en dólares. Como puede apreciarse, los temas planteados no son menores y sus soluciones son complejas.

El problema fiscal puede atacarse con un ajuste ortodoxo, desacelerando gastos, en especial obras públicas. Con reducción mayor de subsidios al sector privado y nuevos aumentos de la presión impositiva a ciertos sectores. O puede buscarse una devaluación más fuerte del peso, que licue gastos en pesos y, a su vez, mejore los problemas de competitividad, pero con riesgo de alentar una salida de capitales más violenta. La recomposición del mercado de deuda puede encararse solucionando la cuestión de la reputación del INDEC y retomando una relación madura con el FMI y las instituciones financieras de crédito multilateral. O puede insistirse con el uso de reservas del Banco Central, algún default selectivo, sobre ciertos bonos, con canjes más agresivos, y activismo en el sistema financiero local, con crédito dirigido y control de tasas de interés.

La situación particular del mercado de trabajo, por su parte, puede resolverse con negociaciones privadas y con una postura más “conservadora” en los aumentos salariales en el sector público, aún a riesgo de una mayor conflictividad. O puede encararse con una intervención directa del gobierno, con aumentos por decreto, con prohibición de despidos, etc.

Como puede apreciarse, entonces, los escenarios que se presentan no son neutrales para la toma de decisiones privada y dependerán del mapa de poder que se tenga después del 28 de junio próximo. Sin embargo, tampoco son pocas las oportunidades para quienes pueden, por su posición relativa, encarar decisiones estratégicas de largo plazo, en una Argentina que mantiene intactas sus ventajas competitivas estructurales, distorsionadas y ocultas hoy, bajo el manto de políticas públicas equivocadas.

* Economista, periodista y presidente de Evaluadora Latinoamericana Calificadora de Riesgo.

finanzas



Servicios Financieros

Los bancos locales optan por no buscar clientes nuevos para no asumir riesgos

Como nunca antes, los bancos prefieren explotar al máximo el potencial de los clientes que ya probaron tener un buen historial crediticio antes que tomar nuevos. Coaccionadas por un contexto internacional de alta volatilidad y por un escenario local de gran incertidumbre, las entidades financieras están optando por no salir en búsqueda de clientes nuevos, sino más bien por explotar lo mejor posible aquellos que ya tienen en cartera y que probaron ser, ante todo, buenos pagadores.

Según **Ricardo De Lellis**, socio a cargo de Servicios Financieros de **KPMG**, "todo el mundo se va a manejar con cautela, por una cuestión de evaluar los propios riesgos". Así, "una entidad hoy no tiene cómo prever que no va a tener un problema de cobrabilidad más adelante. El problema es que esta crisis no ha terminado, nadie sabe hasta dónde va a impactar. Excepto que haya un negocio que vaya a escapar de la crisis, la mayoría va a ser muy conservador. Nadie quiere generar las incobrabilidades de mañana", explica De Lellis.

Fuente: *El Cronista* (06/03/09)

Aumenta la presión contra el secreto bancario

Suiza, país que gestiona cerca del 27% de la riqueza mundial en el extranjero, podría verse todavía más presionada a levantar su secreto bancario, después de que Liechtenstein y Andorra aceptaran colaborar para combatir a evasores fiscales, según informó la agencia Bloomberg.

Liechtenstein dijo ayer que va a cumplir con los estándares de transparencia y de intercambio de información establecidos por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, y que va a buscar acuerdos con otras naciones para dar por terminado su estatus como paraíso fiscal. Andorra, en tanto, acordó modificar sus leyes para noviembre de este año.

Suiza, Liechtenstein y Andorra están siendo presionadas para flexibilizar el secreto bancario por los gobiernos de Estados Unidos y de la Unión Europea, que quieren proteger sus ingresos fiscales en medio de la peor crisis desde la Gran Depresión.

Fuente: *El Cronista* (13/03/09)

Bancos, más cautos: aumentan liquidez

El circulante en poder del público marcó un leve ascenso, y los bancos mantuvieron elevados niveles de liquidez durante el pasado mes de febrero, según el Informe Monetario del Banco Central. La entidad a cargo de Martín Redrado señaló también que el mes pasado las tasas de interés activas de corto plazo "mostraron una disminución" y que "la posición de efectivo mínimo en moneda extranjera finalizó el mes con un excedente del 42% de los depósitos en dólares".

Fuente: *Ámbito Financiero* (13/03/09)

El sector financiero y el año que comienza

En medio de la crisis financiera internacional, el sector bancario argentino presenta numerosos inconvenientes: la desaceleración en la economía, muchos títulos públicos que continúan perdiendo su valor, entidades bancarias que ya no cuentan con su unidad de negocios de AFJP, entre otros. En su intento por contrarrestar la crisis económica, el gobierno permanece estimulando a la economía, por medio de los fondos de la ANSES, a través de los bancos. Sin embargo, y a pesar de recibir estos fondos, los bancos no tendrán un buen desempeño durante el 2009. La crisis financiera internacional afectará directamente al sector bancario argentino y por lo tanto, al crédito. Incluso teniendo en cuenta que el 2009 se trata de un año electoral, lo más probable es que los próximos balances del sector no sean tan buenos como los últimos presentados y su actividad de intermediación se vea duramente afectada.

Fuente: *Buenos Aires Económico* (10/03/09)

Servicios Financieros

Cayó hasta 40% la colocación de préstamos personales

En momentos en que se reactiva lentamente la salida de depósitos, las entidades admiten que la colocación de préstamos personales, considerados hace poco los más activos de todo el sistema, empezó a verse reducida en los últimos meses hasta prácticamente la mitad. Y aclaran que, pese a eso, no encuentran demasiados incentivos para reducir las tasas porque consideran que eso no provocaría un efecto relevante en la demanda. Sucede que hasta enero, el crecimiento de los préstamos de consumo se había mantenido en línea con la desaceleración que había dejado la crisis del campo. Pero en febrero la abrupta caída de la actividad, el menor empleo y el incremento en los niveles de morosidad de los individuos empezó a multiplicar los obstáculos para la originación de las líneas para individuos.

Fuente: El Cronista (26/03/09)

BBVA y el BID capacitarán a especialistas en microfinanzas

La Fundación Microfinanzas **BBVA** y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) han suscrito el viernes pasado un acuerdo de colaboración para capacitar a 5.700 gestores de crédito, especialistas en microfinanzas en diez países, y elaborar un manual de buenas prácticas para el sector microfinanciero de América Latina. La capacitación se hará en un período de cuatro años y se desarrollará en Perú, Colombia, Chile, Costa Rica, Brasil, México y Argentina, entre otros. El objetivo es que las entidades microfinancieras atiendan la demanda de los empresarios de bajos ingresos, en cantidad y calidad adecuadas. El 85% de los emprendedores latinoamericanos de bajos ingresos no tiene acceso al sistema financiero convencional.

Fuente: El Cronista (18/03/09)

Mercados Industriales Mercados Industriales Mercados Industriales Mercados Industriales Mercados Industriales Mercados Industriales Mercados Industriales

industrial



Mercados Industriales

Industria en retroceso y caída del PBI

La caída interanual que la actividad industrial viene registrando desde fin del año pasado y que en enero alcanzó, según el INDEC, un 4,4%, se profundizó el mes pasado. En febrero, la actividad se habría derrumbado 8% respecto del mismo período de 2008, según la información del promedio de las consultoras.

Como viene ocurriendo desde noviembre, los sectores que manifiestan un golpe mayor son el automotriz y el de metales básicos, aunque rubros como textiles, plástico, papel y cartón, entre otros, también están reflejando fuertes caídas. El sector que mejor está afrontando la crisis es el de alimentación, que sigue mostrando números positivos en términos interanuales debido a su mayor dependencia del mercado interno y a que tienen una demanda más inelástica.

Fuente: *El Cronista* (23/03/09)

Petrobras duplica su producción en diez años

El presidente de la brasileña **Petrobras**, José Sergio Gabrielli, afirmó ayer que la compañía estatal será una de las mayores petroleras del mundo en 2020, cuando prevé extraer 5,729 millones de barriles diarios de petróleo, más del doble que su producción actual (2,5 millones).

"Brasil producirá en 2020 más de la mitad de lo que hoy produce Arabia Saudita o Rusia", aseguró Gabrielli. Según las previsiones presentadas por el funcionario, **Petrobras** podrá cerrar este año con una producción de 2.757 millones de barriles diarios, que aumentará hasta 3.655 millones en 2013 y hasta 5,729 millones en 2020. El empresario aclaró que esas previsiones están basadas en las reservas ya descubiertas y no dependen de nuevos hallazgos.

Fuente: *Ámbito Financiero* (25/03/09)

El petróleo subió 3,3% y alcanzó su mejor marca en cuatro meses

El plan anunciado ayer por el gobierno de Estados Unidos para barrer con los "activos tóxicos" de los balances de los bancos provocó una fiesta en Wall Street que rápidamente repercutió en el mercado petrolero. En la Bolsa de Nueva York, el barril de crudo de entrega para mayo subió 3,3% y terminó a u\$s 53,80, su mayor valor desde el 1° de diciembre.

A la expectativa de que el llamado Plan de Inversión Público-Privada mejorará la perspectiva para la demanda de energía,

se sumó además un dato positivo del mercado inmobiliario estadounidense. En febrero, el ritmo de venta de casas usadas subió inesperadamente un 5,1%, a 4,72 millones de unidades anuales. El alza estuvo empujada por los descuentos sustanciales en los precios ante una cantidad sin precedentes de ejecuciones hipotecarias. Fue el mayor incremento porcentual desde julio de 2003.

Fuente: *El Cronista* (24/03/09)

El gobierno nombra directores en privatizadas de energía

El gobierno está interesado en designar a un director que represente al Estado en algunas privatizadas de energía, donde cuenta con significativas participaciones accionarias que la ANSES (Administración Nacional de Seguridad Social) heredó de las AFJP. Ya nombró a un miembro del directorio en Gas Natural BAN y haría lo mismo por lo menos en Transportadora de Gas del Sur (TGS) y en Enenor.

Fuente: *Ámbito Financiero* (26/03/09)

YPF

Después de casi una década de control español, la petrolera -filial argentina de **Repsol**- volvió a estar dirigida por manos argentinas. Con el ingreso de la familia Eskenazi, concretado en febrero del año pasado, la compañía que, en nueve meses de 2008 facturó \$ 26.204 millones, designó a Sebastián -hijo del líder de Grupo Petersen- como CEO, en lugar del español Antonio Gomis, ahora director de operaciones. El cambio de management se tradujo en la imagen: nuevo nombre, renovada estética en las estaciones de servicio (aunque cuidando los gastos) y el lanzamiento del gasoil premium Euro Diesel, entre otras muestras.

Fuente: *Apertura* (12/03/09)

Mercados de Consumo Mercados de Consumo Mercados de Consumo Mercados de Consumo Mercados de Consumo Mercados de Consumo

consumo



Mercados de Consumo

La crisis le pega a las golosinas

La crisis no perdona ni a las golosinas. A pesar de que, tradicionalmente, se trata de uno de los últimos negocios en sufrir los efectos de la recesión, los fabricantes y distribuidores de caramelos, chocolates y alfajores afirman que en los primeros tres meses del año sus ventas cayeron un 10 por ciento en promedio. El mercado de las golosinas a nivel nacional mueve más de US\$ 1000 millones anuales y en promedio los argentinos consumen 3,5 kilos por año, que se comercializan básicamente a través de más de 100.000 kioscos y maxikioscos distribuidos en todo el país.

Fuente: La Nación (27/03/09)

La industria aceitera se resbala

Luego de más de cinco años de crecimiento sostenido, la industria aceitera argentina enfrenta hoy un horizonte incierto. La caída de las exportaciones por efecto de la crisis global y el desplome de los precios internacionales de los granos y sus derivados se complementa, en el plano local, con una menor producción, que está haciendo escasear la materia prima en este sector productivo.

El sector aceitero es un mercado altamente concentrado, en el que predominan compañías multinacionales como Cargill, Nidera, Glencore y algunas nacionales de porte como Molinos Río de la Plata, **Aceitera General Deheza** y Bunge Argentina, entre otras. En los últimos cinco años el sector realizó inversiones por 1.500 millones de dólares y sólo en 2008 hubo casi 750 millones invertidos.

Se trata de una actividad capital intensiva, que emplea unas 10.000 personas en forma directa, pero puede llegar hasta las 300.000 con los empleos indirectos, un ejército necesario para exportar por más de 6.500 millones de dólares (2008).

Fuente: Clarín (01/03/09)

Las cadenas buscan captar financiamiento para el consumo

La financiación a largo plazo ha sido uno de los mecanismos más importantes para el sector, que en los últimos años vivió un *boom* de ventas que hacía tiempo no experimentaba. De esta manera, los consumidores logran acceder a bienes con pagos a 12 meses con tasas bajas o directamente sin interés. Según cifras oficiales, las principales cadenas minoristas, como Frávega, Garbarino y Falabella, entre otras, realizaron entre enero y octubre del año pasado emisiones de fideicomisos por \$3.494,6 millones, con un total de 72 fideicomisos constituidos, que permitieron financiar el consumo de 3 millones de clientes.

Fuente: Buenos Aires Económico (30/03/09)

Pese a todo, la agricultura es atractiva

Los precios internacionales de los granos y de la carne bajaron, desde el pico registrado a mediados de 2008, pero están entre un 30 y un 50 por ciento por encima del promedio de la última década. Los precios altos no son una bendición universal: son buenos para los agricultores, pero son malos para los consumidores. Se puede adjudicar parte de la culpa de este incremento a que cambió el destino de los cultivos. Se pasó de utilizarlos para alimentos a emplearlos para combustible. Pero los precios elevados son también un signo de progreso porque su única y más importante causa es el aumento sostenido de la demanda que proviene de los países más pobres ya que allí la gente come más alimentos, en especial más proteínas.

Fuente: La Nación (28/03/09)

Canasta cada vez más cara

A pesar de la crisis y del freno en las ventas, los alimentos en la Argentina continúan aumentando. La asociación de consumidores Adelco informó que la canasta básica que releva todos los meses registró en marzo un alza del 5%. La entidad precisó que las subas fueron lideradas por los aumentos registrados en algunos productos frescos, como zanahoria (29,5%), huevos (29,1%), pollo (20,2%) y leche entera (16,8%). Estos incrementos fueron compensados, aunque en forma parcial, por las bajas en té en saquitos (-17,8%), cebolla (-17%), galletitas saladas de agua (-11,2%) y harina de maíz (-6,3 por ciento).

Fuente: La Nación (27/03/09)

Arroz: por crisis subirán demanda mundial y precio

El aumento de la demanda mundial de arroz podría exceder este año a la producción, que se encuentra en alza. En medio de la recesión mundial, se espera ahora un aumento en el precio de este grano, un alimento básico consumido por alrededor de 3.000 millones de personas en todo el mundo.

El precio del arroz alcanzó un nivel récord de u\$s 25,07 por cada 100 libras (45 kilos) en abril del año pasado debido a que Vietnam, India y Egipto restringieron la exportación para abastecer su mercado interno. La producción mundial de los arrozales en 2008 sumaría 683,2 millones de toneladas, 18 millones de toneladas más de lo estimado en julio, lo que contribuiría a llevar las existencias globales al máximo nivel en siete años, dijo el 25 de febrero la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

Fuente: Ámbito Financiero (24/03/09)

información



Información, Comunicación y Entretenimiento

Los teléfonos inteligentes crecen menos por la crisis

La crisis hizo que la proyección que indicaba que la categoría de teléfonos inteligentes iba a inundar el mercado masivo local en 2009 quedara en suspenso. "Los altos costos van a hacer muy difícil que aparatos como la Blackberry, el iPhone o similares crezcan más allá de los límites del mercado corporativo este año", dice Ignacio Perrone, analista de la consultora tecnológica Frost & Sullivan.

Por ahora, los teléfonos inteligentes representan sólo un 5% del parque total de celulares en el país, una proporción que está en línea con el promedio en América Latina y que es la mitad que en Europa.

Fuente: Clarín (30/03/09)

Telefónica confía en el crecimiento de la región

Latinoamérica seguirá siendo el principal motor de crecimiento de **Telefónica** en el 2008 pese a los signos de desaceleración económica en la región, según su consejero delegado, Julio Linares. En declaraciones al Financial Times, Linares señaló que la multinacional española confía en que sus amplias operaciones en América Latina generen este año un crecimiento de dos dígitos. Afirmó que **Telefónica**, la tercera del sector por capitalización, ha identificado además importantes oportunidades de reducción de costos, sobre todo en Europa del Este.

Aunque algunos analistas dudan de que la compañía pueda cumplir su objetivo de 2,30 euros de dividendo por acción en el 2010 en vista de la crisis, Linares lo considera posible "dado el alto potencial de crecimiento en Latinoamérica".

Fuente: Buenos Aires Económico (23/03/09)

Proyecto de ley de medios

Cristina Kirchner presentó ayer un anteproyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que busca, dijo, "que todos los argentinos tengan derecho a la expresión". Fue en un acto en el Teatro Argentino de la capital bonaerense, en el que la Presidenta sostuvo que se trata de "una propuesta que ponemos a consideración de los argentinos".

La nueva propuesta reemplazaría la Ley de Radiodifusión sancionada en 1980 (y que sufrió numerosas revisiones posteriores) y prevé 90 días de debate en foros regionales con la participación de diversos sectores sociales, empresariales, sindicales y religiosos, anunció la Presidenta.

Fuente: Clarín (19/03/09)

Con mejor cobertura, Internet móvil no para de ganar adeptos

Lo que en 2008 fue una predicción, ya es realidad: la banda ancha móvil se mete de lleno en la vida cotidiana de la gente. El consumidor tipo de esta tecnología es cada vez más amplio. Los más jóvenes la usan para entrar a las redes sociales y "chatear" por MSN. En cuestiones laborales, el e-mail instantáneo y el acceso remoto a la red de la empresa son los platos más fuertes. Un nuevo estímulo al uso de Internet móvil son las tarjetas prepagas de Internet 3G. Duran un día, 48 horas o una semana. Cuestan \$ 25, \$ 30 y \$ 50, respectivamente. Pero el abono ilimitado sigue siendo exclusividad de los clientes de pospago.

Fuente: Clarín (18/03/09)

Las "telcos" pueden perder clientes

La pérdida de clientes en mano de nuevos competidores y la evolución de las regulaciones son dos de los principales riesgos que deberán enfrentar las "telcos" en 2009. En el contexto económico actual, los operadores de telecomunicaciones deberán seguir innovando e invirtiendo si pretenden liderar la transformación del sector.

En síntesis, en tiempos de alta volatilidad como éstos, la velocidad en adecuar las estrategias de negocio al nuevo entorno así como el compromiso que se asuma en su implementación serán más que nunca clave al momento de deber responder quienes podrán o no continuar en el negocio.

Fuente: Fortuna (14/03/09)

Llamadas telefónicas por Internet: el fenómeno que no se detiene

La fantasía de hablar por teléfono mientras se observa el rostro del interlocutor es algo habitual en las comunicaciones por Internet. Por medio del sistema VoIP se puede conversar gratis desde una computadora a otra o, por un costo mínimo, a un teléfono fijo o un celular, en cualquier parte del mundo.

Uno de los programas con mayor popularidad es el Skype (www.skype.com). Para el que se deja impresionar por las cifras, la compañía asegura tener 405 millones de usuarios en todo el mundo y sumar 380 mil cuentas diarias. Según datos de TeleGeography Research, el 8 por ciento de las llamadas internacionales de 2008 se hicieron a través de este servicio de comunicaciones.

Fuente: Clarín (11/03/09)

Información, Comunicación y Entretenimiento

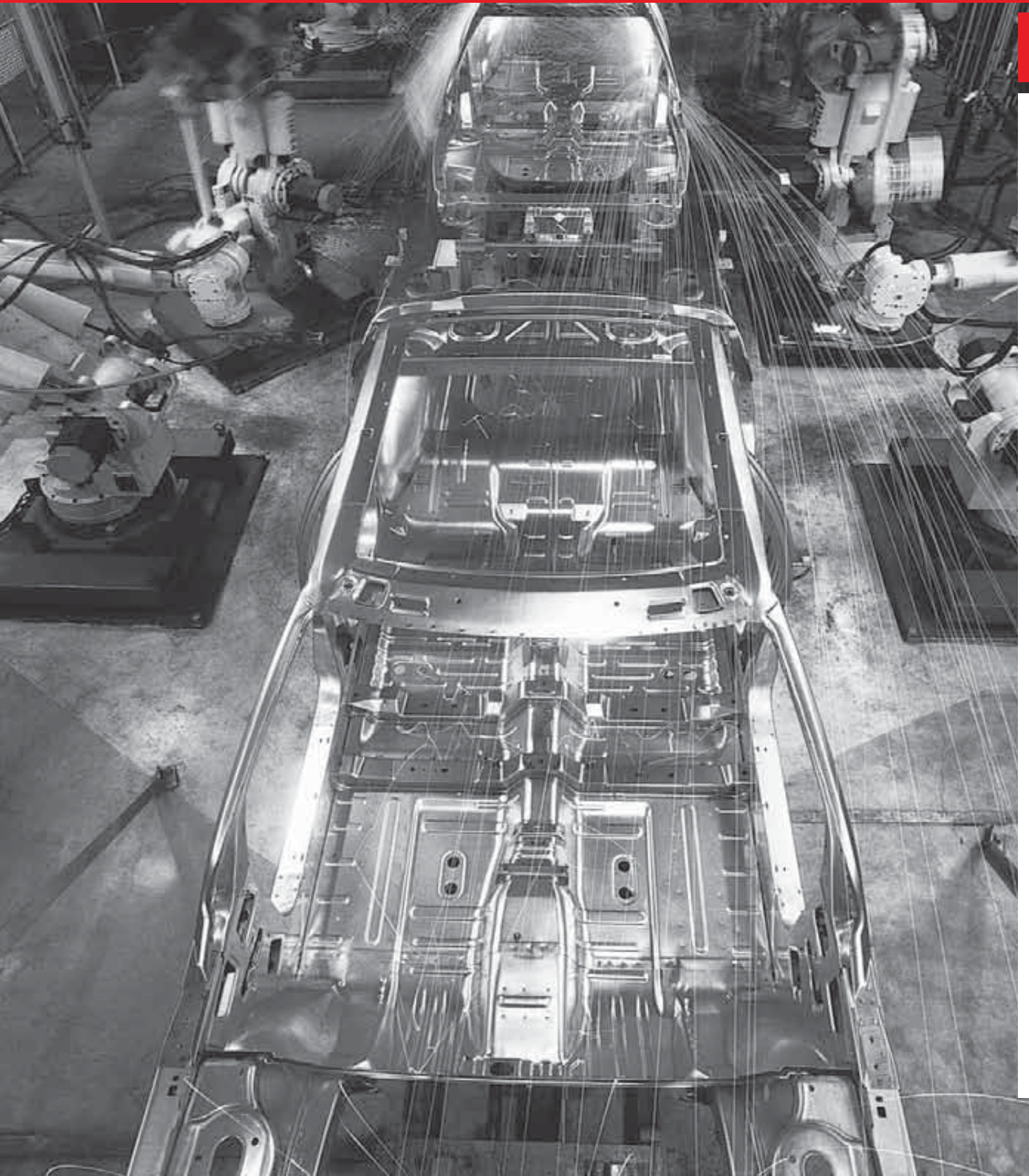
Telefónica estudia usar la marca Movistar para Internet

Telefónica extendería la marca Movistar –actualmente sólo de celulares– a áreas de negocios de Internet de banda ancha y telefonía fija, tanto en España, como en Latinoamérica. Así lo informó el presidente de la compañía, César Alierta, en la Cuarta Cumbre de Directivos que realizó la compañía la semana pasada, según informó el medio especializado Convergencia.

De acuerdo con lo publicado, salvo en la península ibérica, la compañía mantendrá en el resto de Europa el nombre O2, firma que compró en 2006 al grupo British Telecom y que opera en el Reino Unido, Alemania e Irlanda. La compañía admitió que el cambio “se está analizando como posibilidad para Latinoamérica y sus implicancias en cada país”.

Fuente: El Cronista (10/03/09)

automotriz



Sector Automotriz

Las ventas de autos usados cayeron en febrero un 22%

Según la Cámara del Comercio Automotor (CCA), en febrero la venta de autos usados cayó a 96.700 unidades, cuando en el mismo mes de 2008 se habían comercializado 117.990. La fuerte caída también se produjo en los primeros dos meses del año (206.070 unidades), lo que significó también un 22% de baja con respecto a igual período de 2008, cuando se comercializaron 251.181 unidades. Si se compara febrero (96.700 unidades) contra enero de 2009, la baja llega al 13 por ciento.

Fuente: *Ámbito Financiero* (17/03/09)

La industria automotriz le prende una vela al mercado brasileño

“Para mantener las fábricas trabajando, la ayuda debe venir de Brasil”. Con esta frase, Cristiano Rattazzi, máximo responsable de las operaciones de **Fiat** en Argentina, reflejó el pensamiento del resto de sus colegas del sector sobre el peso que tiene el comportamiento del mercado del país vecino en el futuro de la industria automotriz nacional. Es que Brasil representa una gran porción del negocio de terminales y autopartistas argentinas, ya que gran parte de la producción local se exporta a la nación que preside Lula Da Silva.

“Los planes oficiales ayudan a no caer más pero el mercado local en los dos primeros meses está un 15% abajo, y si tenemos en cuenta cómo están cayendo otros países no creo que esa sea la cifra final, que estará aun mas abajo”, aseguró Rattazzi durante la presentación del nuevo **Fiat** Línea. “Por eso, la salvación viene de la mano de Brasil”, reiteró el empresario.

Fuente: *El Cronista* (05/03/09)

Derrumbe en las automotrices: caen ventas hasta el 53%

General Motors (GM), primer fabricante en el mercado estadounidense, comunicó ayer que sufrió un caída del 52,9% en sus ventas de febrero, con sólo 127.296 patentamientos en EE.UU. contra las 270.423 unidades de un año atrás. Para **Ford**, por su parte, la baja fue del 48,4% con relación al mismo mes de 2008, al entregar 99.400 vehículos, incluyendo las marcas domésticas y su filial sueca Volvo. Chrysler registró una merma del 44% en el mes, pasando a 84.050 unidades, contra 150.093 vendidos en febrero del año pasado. Las cifras no fueron mucho mejores para **Toyota**, que informó de una disminución del 37,3% en sus ventas en Estados Unidos en febrero, con 109.583 unidades.

Fuente: *Ámbito Financiero* (04/03/09)

Empieza la venta del Fiat Línea

La marca italiana, reconocida por su capacidad para hacer autos pequeños y económicos, vuelve a hacer un intento para ingresar en el segmento medio con el nuevo Línea, un sedán de atractivo diseño, con una gran relación precio-equipamiento.

No es la primera vez que **Fiat** busca ingresar en la categoría más competitiva del mercado, donde hay jugadores de peso como el **Volkswagen** Bora, el Citroën C4, el Peugeot 307 o el nuevo **Ford** Focus, entre otros. A principios de esta década, la marca italiana había lanzado el Stilo, un modelo que en su momento impuso nuevos parámetros de equipamiento y tecnología para el segmento. Sin embargo, eso no bastó para convencer al consumidor y su rendimiento comercial fue el que se merecía un auto de ese nivel.

Fuente: *Clarín* (12/03/09)

Sector Automotriz

Fiat, la más ecológica

Por segundo año consecutivo **Fiat** conquista el récord europeo en la reducción de las emisiones de dióxido de carbono (CO2), convirtiéndose en la marca de autos que menos contamina.

Registró el valor medio más bajo de emisiones en sus modelos vendidos en 2008: 133,7 g/km. Para tener una idea de lo que se habla, la emisión de dióxido de carbono se mide en gramos por kilómetro, y está pautado como norma en Europa en no más de 150 g/km. Pero el compromiso de **Fiat**, no se detiene acá: el objetivo es reforzar la propia supremacía europea en la reducción de emisiones a través de la introducción de nuevos motores, nuevas tecnologías y nuevas aplicaciones.

Fuente: Clarín (05/03/09)

Las marcas norteamericanas se refugian de la crisis en Argentina

Caída de la producción y de la rentabilidad, reducción de costos, cierre de plantas y miles de despidos en todo el mundo reflejan el preocupante escenario que sufren compañías norteamericanas como General Motors, IBM, Nike, Coca Cola, Budweiser, Wal-Mart, Mc Donald's, General Electric, Procter Gamble, MasterCard y Microsoft, entre otras.

En este marco, la Argentina es todavía un buen refugio donde esperar que se disipe la tormenta mundial. La mayoría decidió mantener sus operaciones sin cambios y algunas continuar con los planes de expansión.

Fuente: El Cronista (23/03/09)

Contacto

KPMG en Argentina
Boucharard 710
C1106ABL - Buenos Aires

Tel: +54 11 4316-5700
Fax: +54 11 4316-5800

La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene el propósito de abordar las circunstancias de ningún individuo o entidad en particular. Aunque procuramos proveer información correcta y oportuna, no puede haber garantía de que dicha información sea correcta en la fecha que se recibe o que continuará siendo correcta en el futuro. Nadie debe tomar medidas basadas en dicha información sin la debida asesoría profesional después de un estudio detallado de la situación en particular.

© 2009 Sibille, sociedad civil argentina y una firma miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International, una cooperativa suiza. Derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International.

Diseñado por el Dpto. de Marketing & Comunicaciones - Buenos Aires, Argentina.