

Índice	
Resumen Ejecutivo.....	3
Introducción.....	4
Objetivos.....	6
Marco Teórico.....	7
Metodología.....	14

Unidad I: El Sector de Autopartes

A: El contexto internacional

Situación del sector mundial automotriz y de autopartes.....	17
--	----

B: El sector de válvulas en Mercosur

Acuerdos	comerciales.....	22
	Régimen del MERCOSUR.....	22
	Acuerdo de Complementación Económica MERCOSUR - México	28

C: Descripción del producto y su mercado

Dinámica del sector de válvulas.....	29
Principales regiones productoras.....	31
Destino de la producción.....	32
Canales de distribución.....	32
Análisis de la demanda interna.....	33
El mercado automotriz.....	34
Aftermarket o mercado de reposición.....	35

Unidad II: Estructura del mercado mundial

Principales exportadores.....	36
Principales importadores.....	37
La balanza comercial.....	38
Precios CIF promedios.....	39

Unidad III: El mercado argentino

Antecedentes.....	41
Exportaciones en el 2004.....	43
Importaciones en el 2004.....	44

La balanza comercial.....	44
Precio CIF promedio.....	45
Precio CIF promedio.....	45

Unidad IV: Indicadores de la competitividad

Participación en el comercio mundial.....	46
Evolución del índice de precios FOB mundiales / Argentina.....	47
Evolución del índice de cantidades mundiales / Argentina.....	50

Unidad V: Análisis del sector

Análisis FODA.....	52
La situación competitiva del sector.....	57
Conclusiones.....	58

Anexos	59
---------------------	----

Glosario	72
-----------------------	----

Bibliografía.....	73
-------------------	----

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo consiste en el análisis de la competitividad del sector autopartista argentino de válvulas de admisión y escape, abarcando el estudio de la situación en la que se encuentra este sector en nuestro país y fundamentalmente en el análisis del desempeño comercial externo que el mismo ha tenido. Específicamente, este estudio centra el análisis en el desempeño de las exportaciones e importaciones que ha realizado este sector desde 2001

hasta el año 2004 inclusive.

En consecuencia, el presente trabajo se encuentra estructurado en cinco partes, a saber: la presentación del sector de válvulas de admisión o escape y de autopartes de motor en general, la estructura del mercado mundial, el mercado argentino, el análisis de la competitividad de las exportaciones y finalmente las conclusiones.

En la primer parte se describe el contexto internacional del sector atendiendo a las tendencias mundiales y las regulaciones existentes a nivel regional. Asimismo, se desarrolla la dinámica del sector a nivel nacional, destacando el análisis de la situación de sus compradores, esto es, el mercado automotriz y el mercado de reposición. En segundo lugar, se describe la estructura del mercado mundial de piezas de motor, destacando quiénes conforman los principales exportadores e importadores y su balanza comercial. Asimismo se incluye el análisis de los precios promedio CIF a los que importan estos países.

Luego, se analiza la estructura del mercado argentino tomando en cuenta los mismos aspectos que para el análisis del mercado mundial (exportaciones, importaciones, balanza comercial y precio promedio CIF).

El cuarto punto lo constituye el análisis de la competitividad de las exportaciones, utilizando para su medición tres indicadores. En principio se establece el porcentaje de participación de las exportaciones argentinas de piezas de motor en el mercado mundial y se analiza su evolución. Como segundo indicador se toma la evolución del índice de precios FOB mundiales en relación a los de Argentina. Y en tercer lugar se detalla la evolución del índice de cantidades exportadas por el mundo en relación a la de Argentina.

En la quinta parte, se aplica el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas al sector, definiendo asimismo el diagnóstico de la situación competitiva del mismo. Finalmente, las conclusiones del trabajo.

Introducción

El presente trabajo consistirá en el análisis de la competitividad del sector autopartista argentino de válvulas y de piezas de motor en general abarcando el estudio de la situación en la que se encuentra este sector en nuestro país y fundamentalmente en el análisis del desempeño comercial externo que el mismo ha tenido. Específicamente, este estudio centrará el análisis en el desempeño de las exportaciones e importaciones que ha realizado este sector desde 1996 hasta el 2004.

En la actualidad, el sector argentino de válvulas, y de piezas de motor en general, se encuentra ampliamente desarrollado y se convierte en un punto crítico del desarrollo industrial nacional, apoyado por características como la calidad de la mano de obra técnica en nuestro país.

Al mismo tiempo, será fundamental en este estudio destacar la interrelación existente entre el sector autopartista en general y las terminales de automotores, también denominadas *car makers*, las cuales constituyen el principal comprador del sector.

La justificación de trabajar sobre este tema, es la preocupación sobre el desarrollo industrial de Argentina, pues a pesar de las regulaciones existentes en el sector, tanto a nivel nacional como en el marco regional, el mismo no ha logrado desarrollarse de acuerdo a las previsiones planteadas inicialmente a nivel gubernamental.

Por otra parte, es necesario destacar que Argentina se encuentra en un momento particular, en el cual la crisis económica se presentó como una fuerte debilidad, al mismo tiempo que brindó una gran oportunidad al sector exportador, en función al incremento en la competitividad nacido de la devaluación de la moneda nacional.

En la actualidad, existe consenso acerca de que una de las razones del crecimiento de las exportaciones argentinas es su mayor competitividad en relación a otros países, no obstante, no se han encontrado estudios que analicen de manera cuantitativa (y cualitativa) el nivel y la evolución de la competitividad de las exportaciones de piezas de motor. En función al alcance del trabajo, centraremos el estudio en las exportaciones de las mismas entre los años 2001 a 2004.

En consecuencia, el presente trabajo se encontrará estructurado cinco partes, a saber: la presentación del sector de válvulas de admisión o escape y de autopartes de motor en general, la estructura del mercado mundial, el mercado argentino, el análisis de la competitividad de las exportaciones y finalmente las conclusiones.

En la primera parte se describirá el contexto internacional del sector atendiendo a las tendencias mundiales y las regulaciones existentes a nivel regional. Asimismo, se desarrollará la dinámica del sector a nivel nacional, destacando el análisis de la situación de sus compradores, esto es, el mercado automotriz y el mercado de reposición.

En segundo lugar, se describirá la estructura del mercado mundial de piezas de motor, destacando quiénes conforman los principales exportadores e importadores y su participación en el comercio del mundo.

El tercer punto se conformará por el análisis del mercado argentino de piezas de motor, enfatizando el nivel y evolución de sus exportaciones y sus importaciones.

La cuarta parte del trabajo la constituirá el análisis de la competitividad de las exportaciones, utilizando para su medición tres indicadores, a saber: el porcentaje de participación de las exportaciones de piezas de motor en el mercado mundial, la evolución de los precios FOB mundiales en relación a los de Argentina, y la evolución de las cantidades exportadas a nivel mundial en relación a las de Argentina.

En la quinta parte, se detallará la aplicación del análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del sector, definiendo asimismo el diagnóstico de la situación competitiva del mismo. Finalmente, se presentan las conclusiones del trabajo.

Objetivos

Objetivo General

Determinar la competitividad de las exportaciones argentinas de válvulas para motor en el mercado internacional.

Objetivos Específicos:

A. Analizar la dinámica comercial del sector autopartista argentino de válvulas

1. Examinar el contexto internacional del sector y sus tendencias mundiales.
2. Analizar los acuerdos comerciales argentinos vinculados con autopartes
3. Examinar la estructura comercial del sector de válvulas

B. Definir la situación competitiva del sector autopartista de válvulas de admisión o escape

1. Analizar la estructura del mercado mundial de piezas para motor
2. Establecer la estructura del mercado argentino
3. Determinar la situación competitiva del sector a través de los indicadores de competitividad en el mercado internacional
4. Definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector
5. Establecer las conclusiones del trabajo.

Marco Teórico

El presente trabajo constituye, un análisis de la industria autopartista de válvulas de admisión o escape, enfocando el mismo en el desarrollo de los indicadores que miden la competitividad.

Al mencionar la ventaja competitiva o la competitividad internacional, puede decirse que existen distintos tipos de factores que influyen sobre esta. A saber, existen aquellos que son internos a la empresa, los pertenecientes al ambiente microeconómico, y al macroeconómico. El análisis de las causas de la competitividad según los factores mencionados implicaría un trabajo que excede el alcance de este estudio, con lo cual el mismo centra su desarrollo en el resultado de esos factores, esto es, en la medición de la competitividad en sí misma.

Este informe analiza y determina la competitividad internacional de las exportaciones argentinas de válvulas de admisión o escape a través de la obtención de tres indicadores de competitividad, estos son, el porcentaje de participación en el mercado internacional, la evolución de los precios internacionales en relación a los de Argentina, y la evolución de las cantidades comerciadas a nivel mundial.

En primer lugar, es necesario indicar que el concepto mismo de competitividad genera controversias actualmente, aun cuando su utilización se encuentra ampliamente desarrollada.

A partir de las variadas definiciones que existen acerca del concepto de competitividad se analiza en el siguiente apartado las distintas concepciones existentes y su evolución.

Finalmente, se incluye en el último apartado los antecedentes existentes acerca de la metodología empleada para la medición de la competitividad internacional.

Antecedentes y conceptos de competitividad

En relación al concepto de competitividad internacional (**en adelante CI**), puede decirse que existen, por una parte, definiciones que centran la atención en el desempeño de una firma y que en ciertos casos pueden llegar a extender el concepto de competitividad al desempeño de un país. En esta línea de argumento se encuentran definiciones como:

- * “significa la capacidad de las empresas de un país dado de diseñar, desarrollar, producir, y vender sus productos en competencia con las empresas basadas en otros países” [1]

- * “la competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores, el juez final es entonces el mercado”. [2]

- * “la capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por determinados mercados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante

un cierto período de tiempo”. [3]

Por otra parte, se encuentran las definiciones de competitividad que enfocan la atención en la capacidad de una economía nacional para desenvolverse en el comercio internacional. De esta manera, se encuentran definiciones como:

- * “la capacidad de un país (o grupo de países) de enfrentar la competencia a nivel mundial. Incluye tanto la capacidad de un país de exportar y vender en los mercados externos como su capacidad de defender su propio mercado doméstico respecto a una excesiva penetración de importaciones”. [4]

Dentro de la misma línea argumental, existen también definiciones de competitividad que se centran en los resultados, el que consiste básicamente en la participación de las exportaciones de un país en el mercado mundial.

Finalmente, existen definiciones que plantean objetivos no sólo a partir de resultados en términos de comercio internacional sino también bienestar económico, esto es, un aumento o deterioro del nivel de vida. En este caso, la competitividad podría definirse como:

- * “el grado por el cual una nación puede bajo condiciones de mercado libre y equitativo, producir bienes y servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales, y, simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales de sus ciudadanos”. [5]
- * “el grado por el cual un país, en un mundo de mercados abiertos, produce bienes y servicios que satisfagan las exigencias del mercado y simultáneamente expande su PBI y su PBI per cápita al menos tan rápidamente como sus socios comerciales”. [6]

A partir de las definiciones detalladas anteriormente se distingue claramente la existencia de una competitividad internacional a nivel microeconómico y una a nivel macroeconómico, y dentro de esta última el concepto varía según se tome un concepto restringido relacionado básicamente con el desempeño del comercio exterior o un concepto más amplio que se refiera también al nivel de vida de la población.

La competitividad a nivel microeconómico

En relación a este nivel de competitividad, puede decirse que no existen mayores dificultades para su definición; por una parte, el agente económico es fácilmente identificable, tratándose de una empresa productora de bienes y servicios, localizada en el país analizado.

Por otra parte, podría entenderse que los mismos factores que explican la competitividad de una firma en su propio mercado doméstico pueden ser utilizados para entender la competitividad internacional de la firma frente a las importaciones y/o sus exportaciones a mercados externos.

No obstante, existen otros factores que deben ser tenidos en cuenta en el análisis de un contexto internacional; de esta manera, el tipo de cambio y la configuración de la política comercial (aranceles, restricciones para-arancelarias, subsidios a la exportación) tanto del país de origen como en el de destino, son cuestiones macroeconómicas que influyen en la determinación de la competitividad internacional. Asimismo, la forma en que la firma desarrolle su expansión internacional (exportaciones, inversión directa en el extranjero, concesión de licencias, etc.) también es un factor determinante a los efectos de evaluar su competitividad.

El concepto de competitividad macroeconómica

Un primer punto que debe ser aclarado es el sujeto o agente económico involucrado cuando nos referimos a la competitividad internacional de una nación.

Inicialmente, podría considerarse que una economía será más competitiva mientras más competitivas sean las empresas que operan dentro de sus fronteras, sin embargo, la CI de las firmas se debe a algo más que a sus propias fortalezas. Así, como ya se mencionó, el gobierno a través de su política macroeconómica, industrial, comercial, y de comercio exterior, compone un rol fundamental para el acrecentamiento o disminución de la CI de la empresa.

A partir de este enfoque, en la década del '90 las investigaciones comenzaron a enfatizar un enfoque sistémico de la CI. En este sentido, Michael Porter desarrolló el concepto de "diamante de las ventajas competitivas", remarcando el sentido estructural y sistémico de la CI, y relevando los numerosos factores que influyen en las estrategias a largo plazo de las firmas.

En este trabajo, diremos que la CI de una nación es un fenómeno que se manifiesta a través de la competitividad de las firmas que operan dentro de sus fronteras, pero que también involucra la acción del gobierno y otros agentes económicos, y que asimismo, esta CI se construye sobre una determinada estructura económica.

Competitividad internacional y ventajas comparativas

En primer lugar, es necesario diferenciar el concepto de competitividad al de ventaja comparativa, ya que en ocasiones suele confundirse. El concepto de ventaja comparativa hace referencia a una situación ideal o teórica que permite explicar el patrón de especialización de los países en el comercio internacional si no existieran distorsiones en los mercados. En la teoría convencional del comercio internacional las ventajas comparativas dependen principalmente de la dotación relativa de factores, lo cual es planteado fundamentalmente a partir de los aportes de Heckscher-Ohlin[7].

Por otra parte, la noción de competitividad hace referencia a la situación real de un producto en un mercado internacional, en el cual existen distorsiones por fallas del mercado así como por la intervención gubernamental.

Por tanto la competitividad de un producto en el mercado internacional depende en principio de sus ventajas comparativas asociadas a factores naturales favorables y a menores costos relativos en la producción. Sin embargo depende también de la estructura y los costos de transporte y comercialización hasta el lugar donde está destinado. Además su competitividad-precio en los mercados externos también se ve influenciada por los movimientos de la tasa de cambio.

Asimismo, la competitividad también se ve afectada por otros factores tales como la calidad del producto, el grado de diferenciación del mismo, y las políticas gubernamentales tanto del país que exporta como del país importador.

En este orden de ideas, el concepto de competitividad es tomado a partir de un enfoque sistémico es decir, a través de la comprensión de una red de variables que influyen en la estrategia competitiva de las empresas.

De acuerdo a Michael Porter[8] “la competitividad se establece sobre atributos nacionales que dan impulso a la capacidad de competir de una industria” Específicamente, este autor plantea cuatro atributos que dan impulso a la competitividad, estos son: la condición de la demanda, la condición de los factores, las industrias de soporte y relacionadas y la estructura y rivalidad de las firmas.

Este esquema conforma las bases de la estructura de competitividad de las empresas, teniendo en cuenta la Nación que conforma la base de sus operaciones. Los cuatro factores se detallan a continuación.

- * **La condición de la demanda:** esto implica que la existencia de un mercado local importante motiva a las empresas a realizar mayores emprendimientos tecnológicos, de producción, etc. En consecuencia, las empresas que lleven a cabo estas acciones, gozarán de una mayor competitividad internacional.

- * **La condición de los factores:** de acuerdo con el autor, resulta más importante la tasa de crecimiento y la especialización de la industria, que la dotación propia de la que goza. Es decir, en relación a la dotación, Porter[9] considera no sólo la existencia de los factores (recursos naturales, humanos, conocimiento, etc.) sino también la habilidad para emplearlos.

- * **Industrias soporte y relacionadas:** estas poseen un papel significativo ya que la innovación que realicen generará una retroalimentación competitiva al resto de las empresas del sector.

- * **Estructura y rivalidad de las firmas:** en este sentido, la estructura que adopte la empresa, sus estrategias y la rivalidad que exista entre los competidores del sector, se definen como impulsores de una mayor competitividad.

Finalmente, el citado autor añade a estos cuatro factores, otros como el gobierno, las guerras, el clima. etc. La interacción de todos estos elementos conforma el sistema completo de estrategia competitiva.

Análisis de la competitividad macroeconómica

Como ya se mencionó, el presente trabajo toma como base de análisis, un concepto de competitividad macroeconómica entendiendo el mismo a partir de un enfoque sistémico

desarrollado por Michael Porter.

No obstante es necesario destacar que el objetivo de este trabajo es determinar la competitividad de las exportaciones de piezas de motor y no analizar sus causas. Con lo cual, se detalla a continuación un modelo de trabajo para la determinación de la misma.

En relación al estudio de casos de competitividad en determinadas industrias, se encuentra como antecedente para el desarrollo de este trabajo la propuesta metodológica consolidada por Lelio Iapadre[10]. La misma detalla múltiples aspectos que deben analizarse con el objetivo de efectuar un diagnóstico acerca del comercio internacional. Específicamente, define variables tomadas para el análisis de la competitividad. A continuación se detallan algunas de las mismas:

1) Variable: Participación en el mercado

Esta variable muestra el valor del intercambio comercial del país en relación al valor de comercio mundial.

Indicador: Participación de las exportaciones en el comercio mundial

El indicador empleado para la variable mencionada anteriormente es la participación de las exportaciones en el comercio mundial medidas por su valor, y mide el porcentaje que alcanza el valor de las exportaciones de un país en relación al valor de las exportaciones mundiales. Se calcula como:

(Valor de exportaciones de A / valor exportaciones del mundo) * 100.

Donde A es el país analizado.

2) Variable: Precio internacional

Esta variable describe la competitividad del país a nivel del precio promedio internacional del producto y lo compara con el precio promedio del mundial.

Indicador: Índice de los precios en el mundo / en el país

El indicador mencionado mide un índice de competitividad-precio, y se calcula como:

(Precio FOB promedio en el país A / Precio FOB promedio mundial), donde:

A es el país analizado.

Precio FOB promedio en A = (Valor de las exportaciones de A / Cantidad exportada por A)

Precio FOB promedio mundial = (Valor de las exportaciones mundiales / Cantidad exportada por el mundo)

3) Variable: Comercio internacional

Esta variable indica el nivel de intercambio comercial del país analizado tomando las cantidades exportadas por el mismo y comparándolas con las del mundo.

Indicador: Índice de las cantidades exportadas en el mundo / en el país

El indicador mencionado mide un índice de cantidades exportadas del país, comparando las de este con las del mundo. Se calcula como:

(Cantidad exportada en el país A / Cantidad exportada por el mundo)

Donde A es el país analizado.

Metodología

A partir de los antecedentes mencionados, el desarrollo de este trabajo se lleva a cabo a partir de un análisis cuantitativo y cualitativo del mercado argentino de válvulas de admisión o escape. Fundamentalmente, el análisis se orienta al estudio del sector desde la perspectiva de dos actores principales, los fabricantes de válvulas por un lado y las terminales automotrices por otro.

En relación al análisis del sector de válvulas, este se hará en mayor profundidad al constituir el eje de este trabajo. En consecuencia, se requiere consultar las asociaciones que agrupan estos fabricantes, tales como la Asociación de Fabricantes de Automotores de Argentina (ADEFSA), Asociación de Fabricantes de Autocomponentes (AFAC), Asociación de Fabricantes de Automotores de Brasil (ANFAVEA), y Asociación de Autopartes de Brasil (SINDIPECAS), pues estas registran y procesan información de relevancia para el sector (fuentes secundarias).

El conocimiento de los actores del sector autopartista de válvulas se llevará a cabo a través del relevamiento de información de fuentes secundarias (principalmente por las asociaciones ya mencionadas, el análisis de artículos periodísticos, y la información disponible sobre las empresas en la web), así como de la obtención de datos de fuentes primarias (basadas en encuestas a empresas, visitas a las mismas, y visitas a ferias del sector como Automechanika 2004 en Buenos Aires).

En este sentido, cabe destacar que el análisis de la dinámica comercial del sector autopartista de válvulas para motor se realizará teniendo en cuenta en primer lugar el contexto internacional en el que se desarrolla esta actividad. En este apartado, se describen las tendencias mundiales existentes actualmente en el sector autopartista a nivel mundial, las cuales no pueden dejar de analizarse teniendo en cuenta la globalización de las actividades de esta industria. El conocimiento de estas tendencias será obtenido mediante el relevamiento de fuentes secundarias, a saber: revistas especializadas, asociaciones representativas del sector, fuentes bibliográficas y de Internet.

En segundo lugar, se desarrollará el análisis del sector de válvulas para motor en Argentina. El mismo se estructura en dos partes; en primer lugar el análisis del entorno comercial, a través de la especificación de los acuerdos comerciales vigentes y sus mecanismos de promoción; información que será obtenida de fuentes secundarias pertenecientes al gobierno (página de Internet de la Secretaría de Comercio Internacional por ejemplo). En segundo lugar, el desarrollo de la dinámica del sector de válvulas detallando las características de los productos, los canales de comercialización, las características de la producción (localización, destino, entre otros) y las de la demanda. Estos datos se conocerán a través del relevamiento de fuentes secundarias (revistas especializadas y publicaciones sobre el sector) y fuentes primarias (visitas a las asociaciones que representan al sector, específicamente la Asociación de Fabricantes de Autocomponentes de Argentina).

Posteriormente, se realizará un análisis cuantitativo de la estructura del mercado mundial de piezas de motor, detallando los principales países exportadores, los importadores, su balanza comercial y los precios CIF promedio de comercio. Luego se detallan los mismos aspectos para el mercado argentino.

A continuación del mencionado estudio de las exportaciones e importaciones, se definirá la competitividad de las mismas con un capítulo dedicado al cálculo de sus indicadores. En este trabajo, se considerará tres variables para medir el nivel de competitividad de las exportaciones, con sus correspondientes indicadores. A saber:

1) Variable: Participación de mercado

Indicador: Participación de las exportaciones en el comercio mundial

X Argentina : exportaciones argentinas.

X Mundo : exportaciones del mundo.

2) Variable: Comercio internacional

Indicador: Índice de las cantidades exportadas en el mundo / en el país

Q Argentina : cantidad exportada por Argentina.

Q Mundo : cantidad exportada por el mundo.

3) Variable: Precio internacional

Indicador: Índice de los precios en el mundo / en el país

P Argentina : precio FOB promedio de Argentina.

P Mundo : precio FOB promedio del mundo.

En el siguiente apartado de este informe se compactarán las características obtenidas anteriormente volcándolas en una de las herramientas utilizadas mayormente en el estudio de los sectores, la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.[11] A continuación, se definirá la situación competitiva del sector. Finalmente, se presentan las conclusiones del trabajo.

Unidad I: Descripción del producto y su mercado

A: Contexto Internacional

Situación del sector mundial automotriz y de autopartes

Para el análisis de la comercialización de autopartes y vehículos a nivel mundial se toman en cuenta las restricciones vigentes de tipo arancelario en primer lugar y de tipo no arancelario en segundo lugar[12]. Por último, se describen las tendencias existentes actualmente en el contexto mundial de la industria.

En relación a las primeras, cabe observar que existe un amplio grado de dispersión en los aranceles vigentes en cada país. En general, los países menos competitivos en esta industria son los que tienen un arancel más elevado, al contrario de los países productores (Estados Unidos, Suecia, Canadá, entre otros) donde los mismos son menores. Asimismo, existen aranceles elevados en niveles regionales con un grado de integración de sus aranceles, como el caso MERCOSUR. En la Tabla N° 1 ubicada en el Anexo N° 2, se brinda un comparativo para observar la diferencia existente en el valor de los aranceles entre países tradicionalmente productores de válvulas y aquellos que no lo son.

Otros criterios para utilizar aranceles mayores son: un mayor arancel a vehículos con motores de mayor cilindrada; un mayor arancel a la importación de modelos producidos localmente; un mayor arancel para los vehículos armados (y uno menor para los kits que son armados localmente).

Respecto a las restricciones de tipo no arancelario, que junto con los derechos de importación tienden a dificultar el acceso a los mercados externos, la mayoría de los países aplica una serie de medidas, entre las cuales se pueden enumerar las siguientes como las más utilizadas:

- < Políticas de compra nacional
- < Auditorías impositivas a los propietarios de vehículos importados
- < Fijación de cuotas de importación
- < Requerimientos especiales de diseño
- < Requerimientos de licencias para importar
- < Certificaciones previas para importar
- < Regulaciones sobre la reparación de autopartes consideradas críticas dentro del vehículo
- < Condiciones de contenido local

En relación a las tendencias internacionales, puede decirse que las mismas forman parte de la evolución constante del sector y definen cuáles serán las características del mismo en el futuro.

Existe una serie de direcciones que se siguen en el sector automotriz y autopartista a nivel mundial[13], a saber:

< **La estrategia del sector autopartista en el ámbito mundial depende de la dinámica impuesta por la industria armadora.**

Esto implica que el sector autopartista en ningún caso puede perder de vista el desarrollo del sector automotriz ya que la evolución del mismo determinará las acciones a seguir. Un ejemplo de esta tendencia lo define la localización global que han desarrollado las terminales automotrices, lo cual llevó inevitablemente a las empresas autopartistas a instalar y desarrollar sus operaciones en varios países; ya

que el desarrollo global de las actividades por parte de las terminales exigió también tener proveedores globales.

< Desarrollo de proveedores Mega Globales (PMG)

De la tendencia detallada anteriormente se desprende el desarrollo de proveedores mega globales, también conocidos como “Tier 0,5” intentando explicar que su cercanía con las terminales es aún mayor a la que poseen los proveedores del primer anillo. Estas compañías se caracterizan por tener un alcance global y por una característica adicional, proveen soluciones integrales del tipo “black box” (caja negra). La particularidad mencionada implica que el proveedor recibe un pedido detallado y debe aportar una solución integral utilizando su propia tecnología para desarrollarla.

< Existe una tendencia importante a ubicar el ensamblado en lugares cercanos a los mercados finales.

En los mercados emergentes, las grandes empresas tienden a colocar instalaciones de armado de productos, a fin de captar rápidamente los cambios en la demanda y adecuar sus productos a los mismos. Asimismo, esta es una estrategia válida para superar barreras arancelarias y no arancelarias. De esta manera, muchas empresas argentinas instalaron sucursales o abrieron depósitos propios en Brasil, con el objetivo de disminuir los costos de producción y poder proveer a las terminales instaladas en este país.

< Se observa una tendencia a la concentración y fusión de empresas.

Fundamentalmente, esto ya ocurrió en el sector automotriz, y se prevé una concentración cada vez mayor en el sector autopartista. En relación al sector argentino de válvulas para motor, cabe destacar la existencia de dos grandes productores nacionales de válvulas, es decir, el sector por sí mismo ya se encuentra concentrado.

< Es evidente la introducción de un nuevo esquema productivo: la “ingeniería simultánea”.

Este proceso consiste en la división de tareas entre armadoras y autopartistas, lo cual ha llevado a cambios en la cadena de valor. Específicamente en el sector de válvulas para motor, esta tendencia ha significado para las empresas la necesidad de ampliar sus actividades. Básicamente, las autopartistas productoras de válvulas sufrieron una ampliación de su *core business* (negocio central), pasando el mismo de la simple producción de válvulas de acuerdo a las exigencias de las terminales, al diseño, desarrollo y producción de válvulas. Esta tendencia implica que cada vez son mayores las actividades que deberán desarrollar eficaz y eficientemente las empresas autopartistas, por lo cual es necesario que esta evolución sea incorporada a la compañía como una mejora continua.

< Tendencia de las empresas a autoabastecerse a través de pocos proveedores de primer nivel.

Esta tendencia se complementa también con un gran número de pequeñas y medianas empresas que abastecen a estos proveedores. En relación a las empresas proveedoras de válvulas para motor, puede observarse que estas conforman el segundo anillo de proveedores o los denominados proveedores de segundo nivel, estos son aquellos que proveen a las terminales de insumos y componentes críticos, no obstante pueden seguir manteniendo su independencia comercial. Esto se explica con mayor detalle en la página 31.

< Los proveedores de primer nivel se relacionan con las armadoras en una modalidad que implica responsabilidad recíproca.

Dicha modalidad conlleva que las autopartistas tengan participación en el proceso de diseño e incrementen sus esfuerzos en I&D (Investigación y Desarrollo).

Si bien las terminales otorgan mayores responsabilidades de diseño a las autopartistas, esto no significa una disminución del liderazgo que ejercen las terminales, ni una disminución de su poder negociador. La relación permanece con una de las partes que puede establecer claramente las reglas de juego a la otra.

Las terminales han mantenido el control sobre las variables que consideran claves sobre el negocio, a saber: diseño de nuevos modelos, administración de la marca y la relación con el cliente (esta última tanto en lo relativo a la financiación de la venta como en la atención del cliente postventa).

< Creciente especialización en la cadena productiva.

Las autopartistas tienen una participación creciente en la logística productiva y viabilidad económica de los procesos de producción. Las armadoras tienden a especializarse en el desarrollo tecnológico y en las actividades de marketing.

Esta tendencia marca fuertemente la ingeniería como un punto fuerte del sector autopartista. De esta forma, las productoras de válvulas deberán desarrollar y fortalecer sus actividades de ingeniería en toda la cadena de valor. Esto implica, entre otras cosas, la capacitación permanente de los recursos humanos y el armado de una red global de provisión a las terminales.

< La profundización en las relaciones con proveedores lleva al desarrollo de sistemas de abastecimiento just-in-time.

Esta práctica se origina en la búsqueda de stocks mínimos en las líneas de montaje. En nuestro país, esta práctica ya ha sido generalizada en las proveedoras autopartistas de válvulas. Además del desarrollo de una logística con características *just in time* (justo a tiempo), es necesario el desarrollo de líneas de montaje flexibles; esto es, que permitan producciones cortas y de distintas características para abastecer nichos de mercados como el de competición.

< En los mercados de respuestos (aftermarket) hay un nuevo desarrollo de las ventas.

Actualmente existe un mercado internacional para los productos de reposición. Las empresas dedicadas a este sector compiten fundamentalmente vía precios. Por otro lado,

el diseño no es una habilidad necesaria para este mercado ya que en la mayoría de los casos se trata de copias de diseños realizados por terceros.

En este momento se revitalizan las marcas de repuestos como Motorcraft (de Ford). Las empresas de repuestos internacionales como Delphi (de General Motors) y Visteon (de Ford), comienzan a comercializar los productos de su marca de manera independiente a la industria terminal. Esto representa una amenaza para las empresas autopartistas dedicadas al mercado de reposición, no obstante, en el caso del mercado argentino, esta amenaza se ve disminuida por el aumento en el precio que han sufrido los repuestos importados.

B: El sector de válvulas en MERCOSUR

Acuerdos comerciales

Existe un acuerdo fundamental que rige el sector automotriz y autopartista para los países integrantes del Mercado Común del Sur, el cual resulta necesario analizar dada su influencia sobre el desempeño del sector en Argentina.

Régimen vigente en MERCOSUR[14]

El acuerdo comercial del MERCOSUR posee un convenio particular que rige el sector automotriz y autopartista, el cual se denomina Política Automotriz Común del MERCOSUR (PAC).

Esta política automotriz ha tenido vigencia desde el año 2000 y rige: automotores, autopartes y maquinaria vial y agrícola.

Antecedentes

1994 – Firma del Protocolo de Ouro Preto. Este acuerdo estableció tres criterios básicos para que a partir del 1º de enero de 2000, MERCOSUR tuviera un régimen automotor común a los cuatro países del bloque, lo cual abarcó tres ítems: arancel externo común, liberación total del comercio con arancel cero en el comercio intrazona y prohibición de otorgar incentivos a las inversiones. Este régimen debió haber comenzado en el año 2000, pero la falta de acuerdo entre los miembros de MERCOSUR sobre las características del mismo impidió su vigencia en ese momento y fue sustituido seis años más tarde por el Acuerdo sobre la Política Automotriz Común.

2000 – Acuerdo Automotor firmado el 30 de junio entre Argentina y Brasil

2000 – Acuerdo sobre la Política Automotriz del MERCOSUR (PAC). El 15 de diciembre fue aprobado el Acuerdo por la decisión Nº 70/00 del Consejo del Mercado Común, entrando en vigencia a partir del 1º de enero de 2001. Este acuerdo sustituye el Acuerdo Automotor firmado entre Argentina y Brasil. Los bienes comprendidos en la política automotriz del MERCOSUR son:

- a) Automóviles y vehículos comerciales livianos (hasta 1500 kg de capacidad de carga)
- b) Ómnibus
- c) Camiones
- d) Tractores para semi-remolques
- e) Chasis con motor y cabina
- f) Remolques y semi-remolques
- g) Carrocerías
- h) Tractores agrícolas, cosechadoras y maquinarias agrícolas autopropulsadas
- i) Máquinas viales autopropulsadas
- j) Autopartes

Régimen Automotor. El comercio extrazona

En relación a los automotores, el régimen actual establece un arancel externo común (AEC) del 35%, junto a un cronograma de convergencia particular para cada país miembro durante el período de transición hasta el 2005.

Hasta el 31 de diciembre de ese año, los fabricantes de vehículos, conjuntos y subconjuntos, instalados en el territorio de Argentina podrán importar autopartes destinadas a la producción originarias de países no miembros del MERCOSUR, con un cronograma ascendente que empieza con aranceles de 8.2%, 9.3%, y 10.5%, en el 2001 y termina en 14\$, 16% y 18% en el 2006; según hayan sido esos aranceles en el 2000 de 17%, 19% y 21% respectivamente. A estas alícuotas hay que añadir el 0,5% en concepto de tasa estadística para el caso de Argentina.

Hasta el 31 de diciembre de 2005, los fabricantes de vehículos, conjuntos y subconjuntos, instalados en el territorio de Brasil podrán importar autopartes destinadas a la producción originarias de países no miembros del MERCOSUR, con un cronograma ascendente que empieza con aranceles de 9.9%, 11.3%, y 12.7%, en el 2001 y termina en 14\$, 16% y 18% en el 2006; según hayan sido esos aranceles en el 2000 de 17%, 19% y 21% respectivamente.

Hasta el 31 de diciembre de 2006, los fabricantes instalados en el territorio de Uruguay podrán importar insumos y kits de autopartes para producción, originarios de extrazona, con una alícuota de 2%, desde que se compruebe la utilización de estos productos en la producción local de los productos incluidos en los puntos “a”, “b”, “c” y “j”. La importación estará limitada, en cada producto final, a los porcentajes máximos de contenido importado de países no miembros del MERCOSUR.

Las **autopartes no producidas en el MERCOSUR**, cuando fueren importadas para la producción, tendrán una alícuota del 2%. Las **autopartes importadas originarias de países no miembros del MERCOSUR**, cuando ingresen al territorio de Argentina o de Brasil destinadas a la producción de bienes incluidos en los puntos “h” e “i”, y cuando sean importados por los órganos competentes en cada parte, tendrán una alícuota del 8%.

Régimen Automotor. El comercio intrazona

Hasta el 31 de diciembre de 2006, los productos automotores serán comercializados entre las partes con un margen de preferencia del 100% (0% de arancel intrazona), siempre que satisfagan los requisitos de origen y demás condiciones del acuerdo.

El flujo del comercio bilateral entre Argentina y Brasil será monitoreado trimestralmente entre el 1º de enero de 2001 y el 31 de diciembre de 2005 de manera global para el conjunto de los productos automotores; comparándose los resultados con los programas de producción indicativos presentados por las empresas de ambos países.

Las empresas instaladas en Argentina o Brasil que en su intercambio comercial con la otra parte cuenten con superávit, podrán ceder su crédito excedente a empresas deficitarias en el comercio con la otra parte o a empresas interesadas en importar de la otra parte. Cuando las importaciones de productos automotores efectuadas por Argentina o Brasil excedan los límites previstos, el margen de preferencia del 100% será reducido al 25% en el caso de las autopartes (punto “j”) y al 30% en el caso de los demás productos automotores.

Los fabricantes de vehículos y autopartes instalados en Uruguay tendrán acceso a los

mercados de Argentina y Brasil con el 100% de preferencia, pero limitados a cupos preestablecidos. Comenzando con 18.000 unidades en el 2001, en el año 2006 se permitirá el acceso a Argentina de 20.000 vehículos comerciales livianos. Las autopartes (piezas básicas, conjuntos y subconjuntos), aumentarán de U\$S 45 a U\$S 60 millones y podrán ingresar 800 camiones, de los cuales 500 podrán ser pesados. El Comité Automotor describirá las condiciones de acceso de los ómnibus. Por otra parte, los vehículos y autopartes deberán incorporar un nivel mínimo de contenido uruguayo-argentino, que preserve las corrientes actuales de comercio.

Para el mercado de Brasil, el cupo aumenta de 16.000 a 20.000 unidades livianas. El Comité Automotor decidirá las condiciones de acceso de los ómnibus y también se permitirá la entrada de 800 camiones (de los cuales 500 podrán ser pesados). El cupo de autopartes aumentará de U\$S 45 a U\$S 65 millones en el año 2006. Las exportaciones de autopartes a Brasil serán evaluadas por los órganos competentes de las partes, para evitar distorsiones en el mercado importador.

A Uruguay podrán ingresar con 100% de preferencia vehículos de Argentina y Brasil, pero con los siguientes cupos: 6.000 unidades de vehículos livianos en el 2001 y 8.000 en el 2006 provenientes de Argentina; para Brasil los cupos establecidos fueron de 4.000 y 6.500 unidades respectivamente. Los vehículos fabricados en Argentina de las categorías “c”, “d” y “e” podrán entrar con un cupo de 800 unidades, de los que 500 podrán ser pesados. **Los productos de los puntos “f” a “j”, tendrán libre acceso al mercado uruguayo. Lo mismo que los productos “b” a “j” de Brasil.**

Contenido regional

Los productos automotores incluidos en los puntos “a” a “i”, como los conjuntos y subconjuntos del punto “j” serán considerados originarios de las partes siempre que observen un **Índice de Contenido Regional (ICR) mínimo de 60%**, calculado como la relación entre las importaciones de partes CIF de terceros países sobre el precio del producto “ex fábrica” (precio de venta en el mercado interno), antes de impuestos.

Incentivos gubernamentales

Los productos producidos al amparo de inversiones realizadas con proyectos aprobados a partir del inicio del Acuerdo y que reciban incentivos y/o apoyos promocionales, sectoriales o y/o regionales; sea por parte de los gobiernos nacionales y/o sus entidades descentralizadas, de las provincias, departamentos o estados o de los municipios, serán considerados como bienes extra-zona cuando fueren exportados hacia las otras partes.

En el caso de Brasil, constituyen excepciones los proyectos de inversión de empresas automotrices protocolizados para ser habilitados antes del 31 de octubre de 1999, al amparo de la ley N° 9.826, del 23 de agosto del mismo año. Los productos que fueran beneficiados por incentivos a las exportaciones vía reembolsos, devoluciones de impuestos u otros esquemas semejantes no podrán usufructuar las condiciones del Acuerdo en el ámbito del MERCOSUR.

En el caso de Uruguay, está exceptuado el contenido del Decreto 316/92 y sus normas complementarias. Asimismo para este país, sólo serán admitidas importaciones de productos a

través de los mecanismos previstos en el Acuerdo.

A partir del 1° de enero de 2001, no se admitirá en el caso de Argentina y de Brasil, la destinación suspensiva de importación temporaria ni el “draw back”, para la producción de productos automotores en el territorio de las partes; cuando los bienes finales, ya sean vehículos o autopartes, fueran destinados a la exportación para las otras.

Régimen arancelario para las autopartes

En relación al intercambio de autopartes, se definió un régimen particular en el cual se establecen aranceles comunes entre el 14% y el 18%, con un plazo de convergencia del año 2006.

Es importante destacar que existen en el régimen incentivos para la producción, de esta forma las autopartes que sean importadas por empresas terminales instaladas en Argentina y Brasil para la producción de vehículos, gozarán de reducciones en los aranceles, las cuales son diferenciales en cada uno de estos países y tienden a desaparecer en el 2006.

Otra característica puntual de este régimen es que establece un contenido mínimo local, por ello sólo se permite un máximo de autopartes importadas del 50% del valor final del vehículo. Este porcentaje será del 60% en el año 2006.

Asimismo y como ya se mencionó, las autopartes que sean utilizadas en la fabricación de vehículos y no se produzcan en la región, tienen un arancel del 2% cuando las importaciones sean realizadas por parte de las empresas automotrices terminales.

Para las importaciones argentinas, a estos aranceles se les adiciona el 0,5% en concepto de tasa estadística cuando el producto proviene de extra-zona (los bienes de Chile y Bolivia tampoco tributan esta tasa).

Por otra parte, los fabricantes de vehículos instalados en Uruguay y Paraguay cuentan con la posibilidad de importar insumos y kits de autopartes desde extra-zona para la producción de vehículos con una alícuota del 2%.

A partir de la Tabla N°2 en el Anexo N° 3, se observa una notable diferencia entre los aranceles vigentes en Paraguay y el resto del MERCOSUR. Esto responde a la menor competitividad de la industria paraguaya en este sector.

Por otra parte, en el resto de los países existen aranceles idénticos, excepto en el caso de las piezas electrónicas e instrumentos de medición, para los cuales se observa una leve diferencia entre los aranceles de Uruguay, los de Brasil y Argentina.

Al mismo tiempo, los aranceles de estos últimos países son idénticos para todas las autopartes. En relación a este punto, es necesario aclarar que en el régimen de la PAC existen estímulos idénticos entre Argentina y Brasil, que configuran los países líderes del sector; no obstante existe una preocupación cada vez mayor debido a la diferencia en los costos de producción de ambos países, puntualmente los menores costos existentes en Brasil, lo cual conduce a una pérdida de competitividad de Argentina.

A partir del análisis de la Política Automotriz Común existente actualmente puede deducirse que la misma no abarca aspectos fundamentales para el desarrollo de la competitividad como son las diferencias en costos entre los países que conforman el Mercado Común del Sur. En consecuencia, esta política debiera ser complementada con una política estratégica de desarrollo y defensa de la industria nacional autopartista.

El Consejo Autopartista del MERCOSUR

Además de las autoridades existentes desde el nacimiento del Mercado Común del Sur, debe destacarse la creación del consejo autopartista del MERCOSUR denominado Consejo Autopartista MERCOSUR-Mercoparts, a partir del 22 de octubre de 2004[15]. El mismo se encuentra integrado por las asociaciones autopartistas de cada país, a saber: AFAC Asociación de Fábricas de Autocomponentes representando a Argentina, SINDIPEÇAS por Brasil, CAFCA Cámara de Fabricantes de Componentes Automotores por Uruguay y CAPAFAM Cámara Paraguaya de Fabricantes de Autopartes y Motopartes por Paraguay.

Los principales objetivos que mantiene este Consejo son entre otros: estimular procesos de complementación industrial a nivel regional, así como promover la implementación por parte de los Gobiernos de los países del MERCOSUR de políticas que preserven las operaciones industriales de las empresas radicadas en estos países.

La creación de un Consejo de estas características denota la importancia que posee un sector como el autopartista que no encontraba representación propia a nivel regional hasta ese momento. No obstante, todavía es pronto para evaluar el funcionamiento de este Consejo ya que todavía no ha tomado ninguna decisión desde su creación.

Acuerdo de Complementación económica Mercosur - México

En este apartado se detalla un resumen de los principales aspectos del Acuerdo de Complementación Económica N° 55 entre MERCOSUR y México celebrado en julio del año 2002. El mismo rige sólo en relación al sector automotor y fue concebido como un Acuerdo Marco en el seno de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Esto es, constituye un pacto que tiene como objetivo fundamental sentar las bases para el establecimiento del libre comercio entre los países integrantes del MERCOSUR y México, que luego será sustituido por un Acuerdo de Libre Comercio entre las partes.

Este pacto cubre los denominados “productos automotores”[16], siempre que se trate de piezas nuevas, que abarcan tanto a los vehículos terminados como las autopartes, destinadas al mercado original o al mercado de reposición y les brinda una preferencia arancelaria del 100% (esto es, un arancel *ad valorem* 0%)

Asimismo, el acuerdo establece un período de transición hasta el libre comercio entre las partes, el cual comienza a partir de la vigencia de este acuerdo hasta el 30 de junio de 2011. Durante este período, el comercio estará regido por los Apéndices bilaterales del Acuerdo en materia de acceso a mercados, preferencias arancelarias y reglamentos técnicos. Cada Apéndice implica un acuerdo bilateral entre cada uno de los países integrantes del MERCOSUR y México.

Es importante destacar que las partes signatarias de los Apéndices bilaterales podrán modificar de común acuerdo las disposiciones de cada uno de ellos. Esto representa una oportunidad para aprovechar al máximo las negociaciones, pudiendo establecer directamente con México las condiciones de intercambio del Acuerdo de libre comercio.

Este pacto demuestra directamente la importancia de la celebración de negociaciones comerciales con mercados importantes como México. Este país constituye una plataforma exportadora a los países integrantes del Tratado de Libre Comercio de América del norte. Asimismo, y, como se verá más adelante, a partir de la vigencia de este acuerdo las exportaciones argentinas de válvulas para motor alcanzaron niveles de exportación a este destino que no se habían alcanzado desde el año 1996.

C: Descripción del producto y su mercado

Dinámica del sector de válvulas

A continuación se realiza una descripción de los distintos tipos de válvulas de motor, las cuales forman parte de este estudio. [17]

Válvulas

Las válvulas tienen como función ser sometidas a una temperatura muy elevada proveniente de la cámara de combustión, para luego disipar la misma. La válvula de escape también se calienta durante la operación de apertura con los gases calientes que se expelen.

El calor acumulado en la válvula se disipa, principalmente por el asiento de válvula y una pequeña parte pasa por el vástago hacia la guía de válvula (el 76% del calor se marcha por el asiento de válvula y el 24% restante lo hace por el vástago de válvula).

Las válvulas de admisión alcanzan temperaturas de 300° a 500° C. aproximadamente, y las de escape pueden llegar hasta los 1000° C. de calor.

Existen diferentes tipos de construcción de válvulas, a saber:

- * Válvula monometal con blindaje (stellite) en el extremo del vástago y/o en el asiento.
- * Válvula bimetal con temple en el extremo del vástago.
- * Válvula bimetal con blindaje (stellite) de asiento y temple en el extremo del vástago.

En general, la fabricación de las válvulas sigue un proceso de fabricación estándar, adaptado por supuesto a las modificaciones necesarias para cada tipo de válvulas; este proceso puede ser descrito en una serie de etapas, a saber:

1) Forjado

Este proceso es esencial para determinar la resistencia de las válvulas, una de las características fundamentales que influyen en su vida útil. Durante esta etapa, se combina el empleo de prensas, junto a sistemas de calentamiento, alimentación y lubricación. El forjado no utiliza métodos complicados, no así la extrusión, sistema por el cual se configura el flujo del material, y se garantiza que las válvulas obtengan los nervios más resistentes.

2) Tratamientos Térmicos

Debido a la función de las válvulas, las mismas son sometidas a tratamientos térmicos para garantizar el mantenimiento de sus propiedades mecánicas y su estabilidad durante las altas temperaturas de trabajo.

3) Soldadura del vástago a la cabeza

Este proceso es fundamental, sobre todo en válvulas del tipo bimetálicas, en las cuales se combina un tipo de acero en la parte de la válvula que trabaja en la zona más caliente y corrosiva, con un vástago que puede ser templado y generarse un desgaste entre ellos. Por ello, se utilizan máquinas de soldar por fricción seguidas de un proceso de templado por inducción que elimina las tensiones y microestructuras quebradizas que se producen durante el enfriamiento de la válvula, así como un control ultrasonido que garantiza la continuidad de la zona soldada.

4) Revestimiento de la cara de asiento

Durante esta etapa, se depositan superaleaciones especiales en la cara de asiento de las válvulas, de manera que neutralicen tanto la corrosión como el desgaste.

5) Endurecimiento de la cara de asiento

Otro proceso para evitar el desgaste de la cara de asiento de la válvula, es el endurecimiento de la misma por cementación. No obstante, este proceso solo se realiza en las válvulas de admisión, dado que las válvulas de escape soportan temperaturas muy altas.

6) Endurecimiento del extremo del vástago

Se realiza de acuerdo a las necesidades y especificaciones de los fabricantes de equipo original, y existen varias formas de hacerlo.

7) Refrigeración por sodio

El proceso de refrigeración por sodio es empleado para lograr descensos de temperaturas (en algunos casos de hasta 150°) en las zonas de la válvula de máximo calor. Este proceso es fundamental en las válvulas utilizadas para los motores de competición.

8) Protección del vástago contra el desgaste

El vástago es protegido contra el desgaste por medio de su sometimiento a procesos de nitruración y cromado.

9) Inspección final

Para el acabado de la válvula, se controla tanto el aspecto visual, como la solidez y dimensiones de la válvula de manera unitaria. Adicionalmente, es fundamental el control de la capacidad de cierre de la válvula, ya que su función más importante será la de cerrar correctamente la cámara de combustión, evitando la fuga de gases peligrosos y de alta temperatura que progresivamente irán deteriorando la cara de asiento y luego la válvula, en particular las válvulas de escape.

Las válvulas construidas en Argentina siguen este proceso de fabricación estándar. Asimismo, como se verá más adelante, las válvulas argentinas gozan de un nivel de calidad reconocido por certificaciones internacionales.

Principales regiones productoras

La producción autopartista argentina se encuentra sumamente concentrada en la región pampeana, existiendo tres provincias de nuestro país que concentran más del 90% de la producción. A saber: Buenos Aires participa con el 52% de la producción (incluye el 8% correspondiente a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires), Córdoba con el 30% y Santa Fe con el 11% de la producción.

En relación a la producción de válvulas para motor, la misma se encuentra concentrada en un 100% en la provincia de Santa Fe, donde se encuentran ubicadas las dos empresas proveedoras de válvulas del país.

Destino de la producción

En relación al destino que tienen las ventas del sector autopartista, existen tres destinos diferenciados: mercado original (compra por parte de las empresas automotrices), mercado de reposición (repuestos), y exportaciones directas. En la Tabla N° 3 del anexo N°4, se muestra la distribución de estos destinos en el año 2001, según datos de la Asociación argentina de Fabricantes de Autocomponentes (AFAC).

Canales de distribución

En relación a los canales de distribución existentes en el mercado autopartista, puede observarse que a partir de la apertura comercial en Argentina durante la década de los '90, y el desarrollo de las tendencias ya descritas a nivel internacional, se han desarrollado características particulares en el funcionamiento de los mismos.

En primer lugar, como ya se mencionó, se distinguen tres tipos de empresas autopartistas, denominadas tipos "a", "b" y "c". Las primeras son aquellas que venden directamente a las terminales y compran partes y subconjuntos a otras autopartistas menores. Las empresas de clase "b" son las armadoras de piezas y conjuntos y finalmente las empresas de tipo "c" definidas como aquellas que fabrican y venden piezas y no tienen acceso a las terminales.

Simultáneamente, las empresas del sector comercializan con el mercado de reposición, esto es en casas de repuestos de la plaza. En el Gráfico N° 1 del Anexo N°5 se observa las relaciones existentes en el sector.

En relación al mercado de reposición, existen diferentes canales de distribución como mayoristas, casas de repuestos, entre otros.

En este mercado, el canal de distribución comienza a partir de los autopartistas fabricantes que conforman el primer eslabón de la cadena; en segundo lugar existen las empresas distribuidoras, importadoras y mayoristas; por último y en tercer lugar, se encuentran los minoristas y casas de repuestos.

De acuerdo a las relaciones observadas en los canales de distribución, se desprende que existen actualmente esquemas comerciales más flexibles y directos. Al mismo tiempo, se observa una disminución en la cantidad de clientes directos de cada empresa.

Por otra parte, es evidente que la concentración y especialización de los distribuidores ha llevado a la caída de la cantidad de intermediarios; en consecuencia, los canales de distribución son más reducidos.

Esto influye en el sector autopartista disminuyendo la cantidad de sus compradores, ya que los canales son más directos por la concentración que evidencian los distribuidores de repuestos. En consecuencia, aumenta el poder negociador de los siguientes eslabones de la cadena de distribución, por lo que los fabricantes de autopiezas deberán tener claramente definida su estrategia de negocios al momento de negociar la venta.

En relación a la logística de exportación, la misma es eficiente. Los plazos de producción de cualquier tipo de válvula no supera el plazo de los 30 a 40 días. No obstante, las empresas de válvulas deben evaluar seriamente la posibilidad de instalar depósitos o plantas de producción en otros países para mejorar los plazos de entrega y tener la posibilidad de abarcar una mayor parte del mercado de destino, estando presente en el mismo no solamente a través de las exportaciones.

Análisis de la demanda interna

En relación a la demanda de la industria de válvulas para motores, cabe destacar en primer lugar que la misma presenta una alta variabilidad, a través de dos patrones: el volumen y en el mix de productos. Un ejemplo de esto son los mercados automovilísticos relativamente pequeños (como el mercado de competición automovilística de una determinada categoría) donde la demanda por los distintos tipos de válvulas, así como el número total demandado varía todos los años.

La variabilidad mencionada ocasiona que las empresas del sector deban desarrollar las habilidades necesarias para responder eficientemente a los cambios. Esto es importante fundamentalmente para las pymes argentinas. Las mismas en función de sus características podrían enfocar sus ventas en distintos nichos de mercado.

Las corporaciones que dominan el mercado mundial basan sus sistemas de producción en una combinación de factores intensiva en capital. Esto marca una diferencia importante con las empresas productoras de válvulas en Argentina, que basan sus métodos de producción en una combinación de factores intensiva en trabajo, aprovechando el bajo costo de la mano de obra en términos internacionales, y una reducida carga de capital, así como la flexibilidad que le otorga este método para responder a la demanda de series cortas y con alta calidad.

El mercado automotriz.

Argentina contó en el año 2002 con un parque vehicular de 6,9 millones de autos[18]. Respecto a la industria armadora (car-makers), existen actualmente instaladas en Argentina 13 empresas.

En relación con el mercado automotor, se realizará el análisis del mismo básicamente a través de dos indicadores principales a saber: la evolución del mercado automotor en función a la cantidad de unidades patentadas en cada año y el valor promedio calculado sobre la base de los tres modelos más vendidos de cada marca en mayo de 2004. Las estadísticas puntuales de cada indicador serán analizadas sobre la base de la información de ACARA (Asociación de Concesionarias de automotor de la República Argentina).

A continuación se analizará el primer indicador, remitiendo al Gráfico N° 2 en el Anexo N°6. Es posible observar en este gráfico que las ventas de automotores han decrecido notablemente en el año 2002, y han logrado una pequeña recuperación en el año 2003. Puntualmente, si se observan los valores de la Tabla N° 4 (Anexo N°7), es posible notar el decrecimiento del mercado de automotores de 199 mil unidades en el año 2000, a 97 mil unidades en el año 2002. A continuación, el mercado se recupera hasta alcanzar 143,3 mil unidades en el año 2003.

El análisis del Gráfico N° 2 denota la existencia de una alta capacidad ociosa en las terminales automotrices al haber disminuido el tamaño del mercado automotor argentino y por ende una alta cantidad de ventas que fueron perdidas por las empresas autopartistas. En consecuencia, las terminales orientaron sus ventas a la exportación.

Asimismo, a partir del año 2003 el mercado automotor sostiene un crecimiento positivo, pero este no alcanzó todavía a recuperar el tamaño que tenía en el año 1998. Esta situación amenaza en gran parte la producción de las terminales y las empresas autopartistas.

Un punto a destacar es que los proveedores de válvulas para motor dedican la mayor parte de su producción a la exportación y en consecuencia no se han visto seriamente afectados por el movimiento pendular del mercado argentino.

Por otra parte, y para completar el análisis, es necesario indicar un valor promedio de los automotores. Como ya se mencionó, este valor ha sido calculado sobre la base de los tres modelos más vendidos de cada marca en mayo de 2004. En la Tabla N°5 del Anexo N° 8 se indican los valores obtenidos.

Aftermarket o mercado de reposición.

La situación del mercado automotor en Argentina se vislumbra con gran diversidad por la variedad de modelos comercializados, así como por la introducción de mejoras en la calidad de sus componentes.

A pesar de que el parque vehicular argentino no ha aumentado su tamaño, el crecimiento de la cantidad de modelos comercializados y las nuevas tecnologías desarrolladas ocasionan una constante circulación de nuevas autopartes. Es decir, los proveedores de autopartes (como las válvulas para motor) deben adecuar sus productos a los nuevos modelos del mercado y las casas de repuestos mayoristas y minoristas deben adecuar constantemente su stock a las necesidades de estos nuevos automotores.

Cabe destacar que en el mercado de reposición se encuentran autopartes denominadas originales, es decir aquellas que poseen la marca de la terminal automotriz y pertenecen a un modelo particular de esta; mas aquellas autopartes denominadas genéricas. Estas últimas, pueden ser de origen nacional o importado. En consecuencia, el consumidor final de autopartes en el mercado de reposición se encuentra ante una gran variedad de opciones al momento de seleccionar la pieza que debe reponer.

A esta situación se le debe adicionar la competencia de las autopartes de importación. La comercialización de productos importados de bajo costo es una circunstancia que caracteriza

puntualmente el mercado de reposición. Por ello, las empresas volcadas a la atención de este sector deberán orientar altamente sus esfuerzos en minimizar costos.

Las tendencias en este país se fijan en esquemas comerciales más flexibles y simples, con la eliminación de intermediarios, lo que se traduce en canales más cortos de comercialización por la concentración y especialización de los distribuidores.

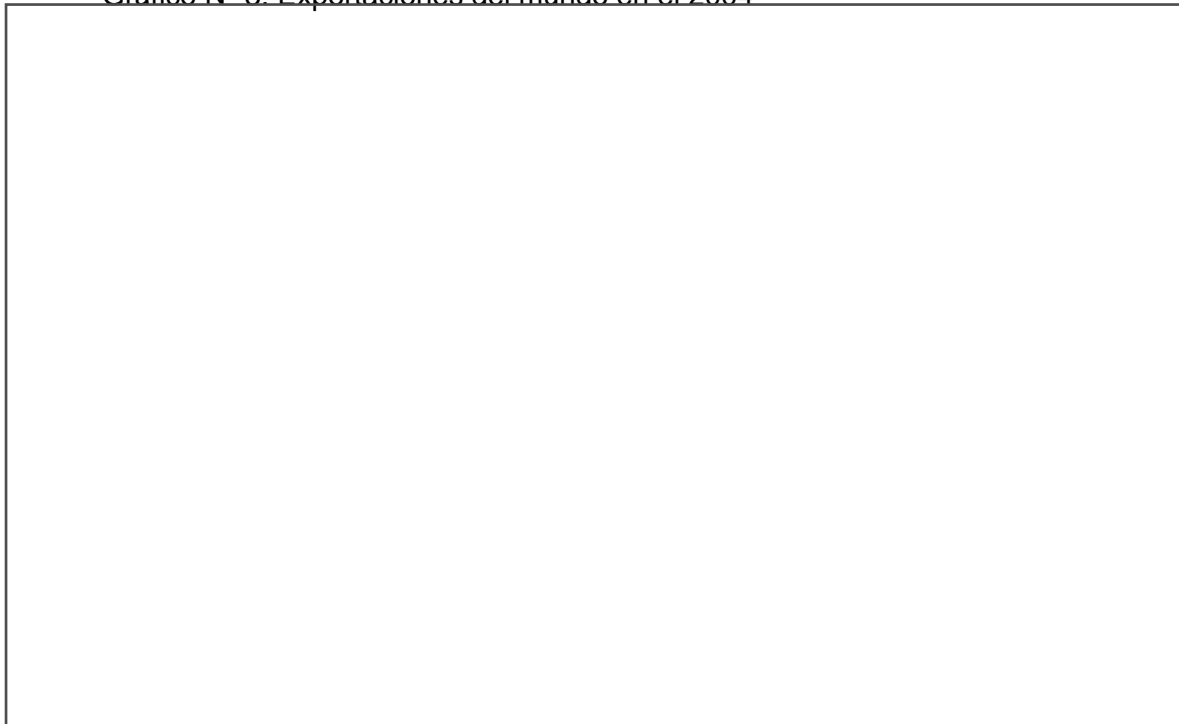
Unidad II: Estructura del mercado mundial

Principales Exportadores

En esta unidad se brinda un panorama acerca de cómo se encuentra conformado actualmente el mercado mundial de piezas de motor.

En este apartado se analiza el ranking de las exportaciones de piezas de motor por su valor en el año 2004. Las estadísticas de toda la unidad fueron extraídas de la base de datos Comtrade perteneciente a Naciones Unidas. El análisis se realiza refiriendo a la Tabla N° 6 ubicada en el Anexo N° 9 y al Gráfico que se encuentra a continuación.

Gráfico N° 3: Exportaciones del mundo en el 2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

A partir de la mencionada tabla, surge que Japón se encuentra como el líder mundial en exportaciones del año analizado. Este país exportó aproximadamente un valor de U\$S 4505 millones.

Con un valor similar se encuentra Alemania, ocupando el segundo lugar del ranking. Este país logró exportar por un valor U\$S 4050 millones. El tercer lugar lo conquistó Estados Unidos exportando por U\$S 2682 millones. La cuarta y quinta posición la ocuparon México y Canadá exportando por U\$S 1233 y U\$S 1020 millones respectivamente.

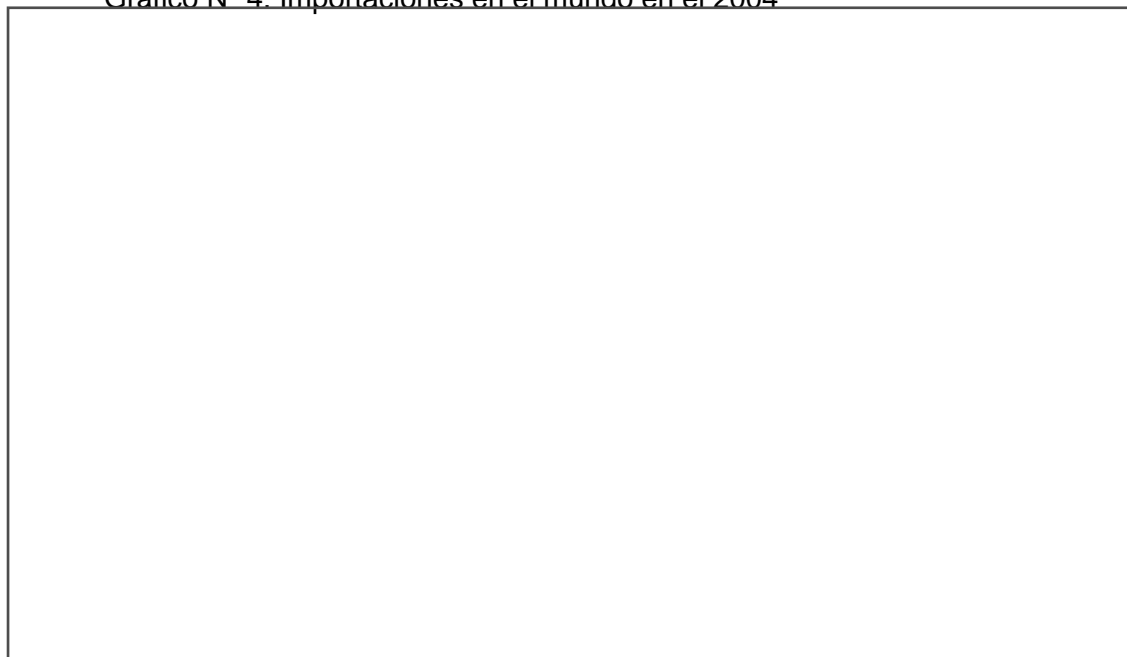
Las exportaciones del mundo alcanzaron un valor de U\$S 17822. En tanto, el mapa de los exportadores se encuentra claramente concentrado en los cinco países mencionados quienes lograron conformar en el 2004 más del 70% de las mismas.

Asimismo, Japón y Alemania se diferencian como líderes del sector, participando con más del 60% de las exportaciones de los cinco.

Principales Importadores

A continuación se analiza el ranking de los importadores mundiales de piezas de motor a partir de la Tabla N° 7 ubicada en el Anexo N° 10 y el Gráfico que se encuentra a continuación.

Gráfico N° 4: Importaciones en el mundo en el 2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

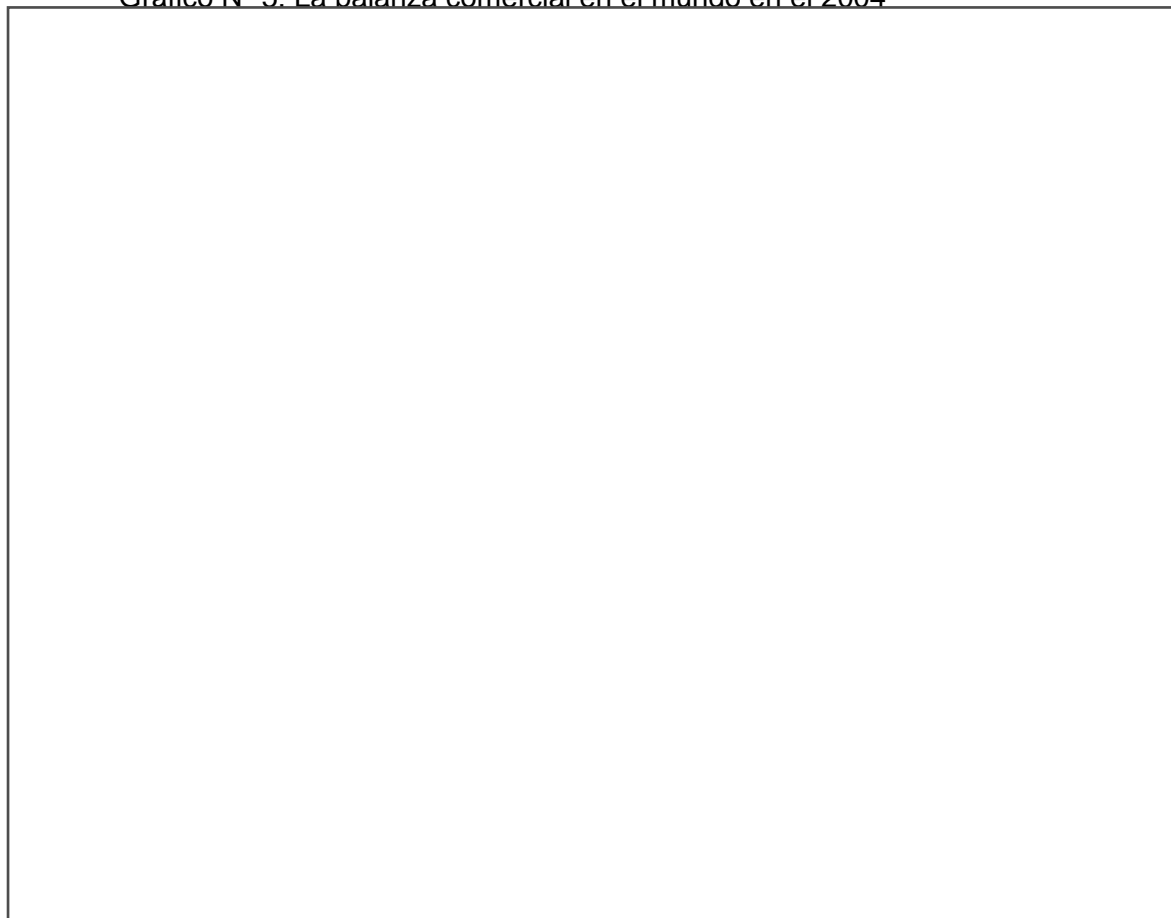
A partir de dicha Tabla surge que los primeros seis importadores el ranking concentran aproximadamente el 80% de las importaciones del mundo, con lo cual conforman los principales compradores. Asimismo, existe una notable diferencia entre el primer importador constituido por Estados Unidos, y el resto, ya que el primero logró un valor de U\$S 4455 y el segundo en el ranking constituido por Hungría, importó por U\$S 2127.

El mundo importó por un total de U\$S 16697 millones en el año analizado. Es importante destacar que los principales compradores se encuentran concentrados geográficamente en América del Norte y Europa, donde existe la mayor demanda en cuanto a la industria automotriz y autopartista.

La Balanza Comercial

En primer lugar, es necesario indicar que la balanza comercial de cada país está compuesta por el resultado neto de sus exportaciones menos sus importaciones. En este caso, se realizó el detalle de la balanza comercial tomando exclusivamente el detalle de los valores comerciados en el rubro piezas de motor en cada país. Esto se observa en el Gráfico que se muestra más abajo.

Gráfico N° 5: La balanza comercial en el mundo en el 2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Respecto al análisis de la balanza comercial en el mundo, cabe destacar que de los once países tomados en la Tabla N° 8 ubicada en el Anexo N° 11 (aquellos con un mayor valor exportado), sólo cuatro lograron un resultado positivo en su balanza. Esto es, sólo cuatro países exportaron más de lo que importaron en el rubro piezas de motor. Estos países fueron Japón, Alemania, México e Italia. Los resultados en la balanza de estos países fueron de U\$S 4 billones, U\$S 2 billones, U\$S 260 millones y U\$S 115 millones respectivamente.

El resto de los países importó más de lo que exportó, con lo cual obtuvieron una balanza comercial con un resultado neto negativo. La mayor balanza negativa la obtuvo Hungría con U\$S 1,859 millones importados más que exportados. Estados Unidos obtuvo el segundo lugar en balanza negativa, el cual importó U\$S 1,773 millones más de lo que exportó.

En cuanto al análisis de la balanza en el mundo, cabe destacar que Japón y Alemania se consolidaron como exportadores netos en el año analizado. En el caso de Japón, sus importaciones no superaron el 11% de los que exportó en ese año. En cuanto a Alemania, sus importaciones no llegaron al 45% de sus exportaciones.

En relación a los importadores netos, Hungría se consolidó como el primer importador neto, importando casi 20 veces más de lo que exporta. Además, su nivel de exportaciones es el más bajo de los países analizados. Esto posiciona a Hungría como el primer comprador mundial de piezas de motor.

Por otra parte, Estados Unidos ocupó una posición como el segundo mayor importador neto, después de Hungría. Asimismo, es necesario destacar que Estados Unidos tuvo en el año analizado un desfase de casi 100%, esto significa que importó casi el doble de lo que exportó, aún considerando que fue el tercer país exportador en el ranking mundial.

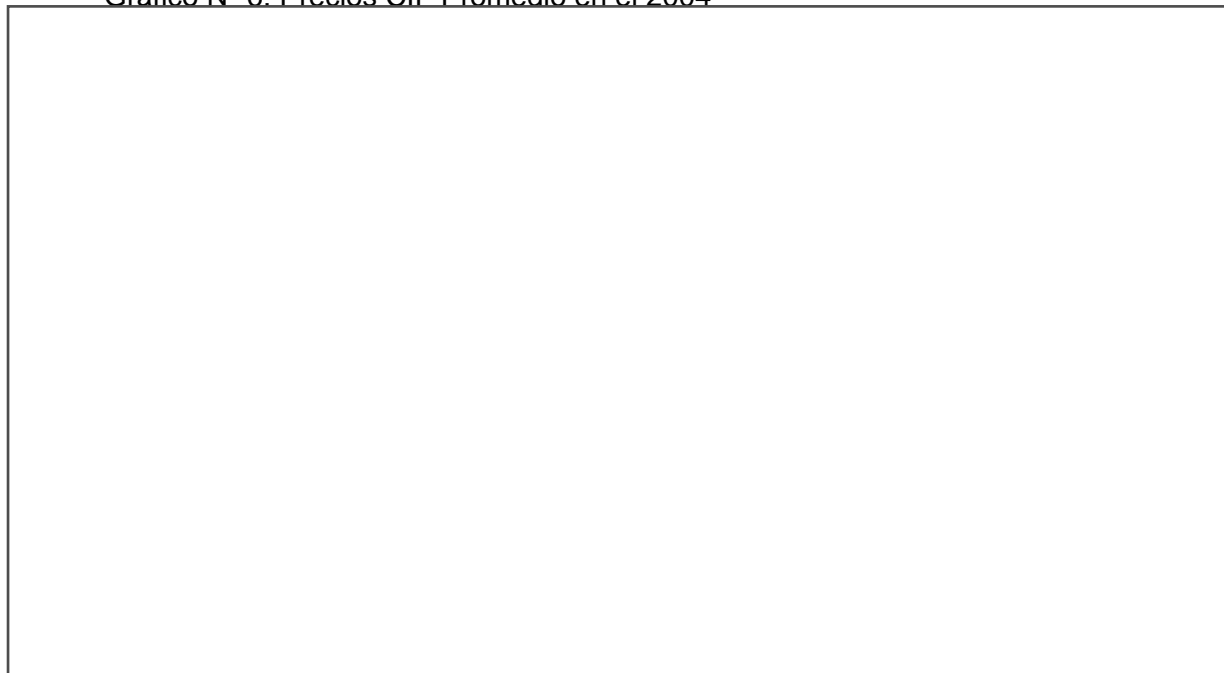
Precios CIF Promedios

A partir del Gráfico N° 6, a continuación se analiza el panorama de precios CIF para el rubro piezas de motor en el mundo. Esto es, el precio al que compran los principales países exportadores e importadores de la industria.

En cuanto al panorama mencionado, puede observarse en el Gráfico mencionado y en la Tabla N° 9 del Anexo N° 12 que el rango de los mismos varía entre U\$S 13,98 (Francia) y U\$S 5,68 (Reino Unido). En consecuencia, las exportaciones a estos países deberían ubicarse dentro de estos precios para ser competitivas.

El principal comprador del mundo, esto es Estados Unidos, importó en el 2004 a un precio CIF promedio de U\$S 8,35, mientras que los principales exportadores mundiales esto es, Alemania y Japón, lo hicieron a un precio de U\$S 13,79 y 13,49 respectivamente. Esto denota claramente la relación entre los precios y la demanda, esto es, los principales compradores lo hacen a un precio promedio más bajo y los principales vendedores compran a un precio más alto.

Gráfico N° 6: Precios CIF Promedio en el 2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Unidad III: Estructura del mercado argentino

Antecedentes

A continuación se analiza la evolución de las exportaciones de piezas de motor de Argentina entre los años 2001 a 2004 a partir de los datos obtenidos en la base estadística de Comtrade perteneciente a Naciones Unidas. Luego, se analiza la estructura del mercado argentino sólo en el año 2004.

Evolución de las exportaciones entre 2001 y 2004.

Gráfico N° 7: Exportaciones argentinas 2001 - 2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

A partir del gráfico anterior (realizado en base a la Tabla N° 10 del Anexo 13) surge que las exportaciones argentinas decayeron en su valor desde el 2001 con un valor de U\$S 58 millones, hasta el año 2003 en que las exportaciones alcanzaron U\$S 55 millones. Luego, en el 2004 Argentina exportó por un valor de U\$S 59 millones.

En primer lugar cabe destacar que con el aumento de U\$S 3 millones entre 2003 y 2004 sólo se logró reestablecer el estado de las exportaciones argentinas en el 2001 superando ese valor por U\$S 1 millón. Este aumento significó un incremento del 2% del valor exportado entre 2001 y 2004.

En segundo lugar, si bien las exportaciones argentinas aumentaron, considerando el valor del comercio en el mundo (U\$S 17.822.166.850 de acuerdo a Tabla N° 11 del Anexo 14), las mismas no superan en ningún caso el 1% de este valor, con lo cual la participación de Argentina en el comercio mundial es muy baja, como se verá más adelante.

Gráfico N° 8: Evolución de las exportaciones de Argentina y el mundo



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Asimismo, si tomamos el crecimiento de las exportaciones argentinas en el período 2001 a 2004 que fue del 2%, podemos decir que Argentina a este ritmo no alcanzaría ese valor exportado por España (quien ocupa el 10mo puesto en el ranking exportador 2004) ni siquiera en un período de 100 años. Por otra parte, tomando el crecimiento de las exportaciones entre 2003 y 2004 que fue del 7%, tampoco lo alcanzaría en ese período.

La tendencia del crecimiento de las exportaciones argentinas comparada con la del mundo y los países líderes del sector (Alemania y Japón) puede observarse a partir del Gráfico N° 8 realizado en base a la Tabla N° 11 que se encuentra en el Anexo N° 14, en el cual se nota claramente que las exportaciones argentinas se mantienen casi en el mismo valor. En cambio, el mundo tiene una tendencia notablemente positiva.

Esto es importante ya que denota una fuerte desventaja frente a los demás competidores en el mundo. Este bajo crecimiento en el valor exportado puede deberse a dos causas, ya sea modificaciones en el precio promedio de exportación o en las cantidades exportadas. En el siguiente capítulo se analiza por separado la influencia de estos factores para dar respuesta a este interrogante.

Exportaciones en el 2004

El análisis de las exportaciones se realiza a partir de la Tabla N° 13 ubicada en el Anexo N° 16. Como puede observarse en la misma, Argentina exportó en el año 2004 por un valor de U\$S 59 millones.

Gráfico N° 9: Exportaciones de Argentina y el mundo en el 2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

A partir del Gráfico N° 9 realizado en base a la Tabla 12 del Anexo 15, puede observarse la diferencia en cuanto al valor exportado que obtuvieron los principales exportadores del mundo y el que obtuvo Argentina. Si comparamos el valor exportado por Argentina (U\$S 59 millones) con el valor exportado por España (U\$S 385 millones) quien ocupa el 10mo puesto en el ranking mundial de exportaciones, vemos que Argentina apenas supera el 15% de este valor.

Importaciones en el 2004

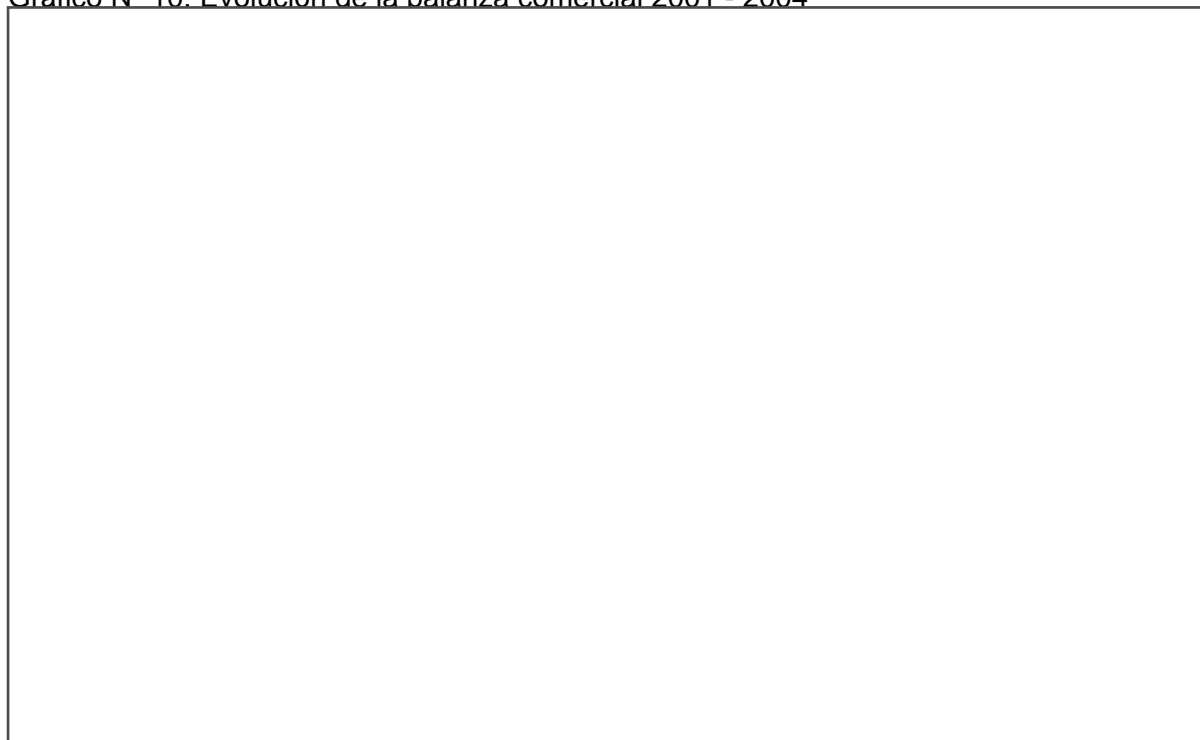
En primer lugar se indica que el análisis de las importaciones argentinas se realiza a partir de la Tabla N° 14, ubicada en el Anexo N° 17.

A partir de dicha Tabla, surge que Argentina ocupó el puesto N° 25 del ranking de importaciones del mundo. Esta posición fue alcanzada a partir de importaciones por un valor de U\$S 51 millones aproximadamente en el 2004.

La Balanza Comercial

En relación al análisis de la balanza comercial argentina, puede observarse a partir de la Tabla N° 15 del Anexo N° 18, que la misma tuvo un resultado positivo en el año 2004. No obstante el resultado positivo, la diferencia entre las exportaciones e importaciones fue de solamente U\$S 8 millones.

Gráfico N° 10: Evolución de la balanza comercial 2001 - 2004



Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Otro punto a destacar, es que a partir del año 2002, las importaciones argentinas de piezas de motor se incrementaron a un ritmo mayor que las exportaciones, lo cual puede observarse en el Gráfico N° 10 realizado en base a la Tabla N° 16 del Anexo 19. A partir de esto, el valor de la balanza comercial argentina cayó desde ese año, pasando de un valor de U\$S 35 millones en el 2002 a U\$S 8 millones en el 2004.

Precio CIF Promedio

En la Tabla N° 17 del Anexo N° 20 se indica el precio promedio al que compró piezas de motor Argentina en el 2004. Este precio fue de U\$S 6,52.

El precio promedio al que importó Argentina en este año se mantuvo dentro del rango de precios marcado por los principales competidores de la industria (ver Tabla N° 9 Ranking de precios CIF promedio 2004* en el Anexo N° 12) por debajo de Austria y encima de Reino Unido, con lo cual podemos decir que importó piezas a un precio competitivo.

Precio FOB Promedio

En la Tabla N° 19 del Anexo N° 22 se indica el precio promedio al que exportó piezas de motor Argentina en el 2004. Este precio fue de U\$S 3,44.

De acuerdo al Gráfico de Precios CIF promedio 2004, podemos decir que Argentina exporta a un precio promedio competitivo que se encuentra por debajo del precio más bajo al que compran los principales importadores del mundo (U\$S 5,68 en el caso de Reino Unido).

Esto implica que teniendo en cuenta solamente la variable precio, Argentina podría exportar a todos estos países.

Unidad IV: Indicadores de competitividad

En esta unidad se analizan tres indicadores de competitividad de las exportaciones argentinas, a saber:

- a) participación en el comercio mundial,
- b) evolución del índice de precios FOB mundiales / Argentina,
- c) evolución del índice de cantidades mundiales / Argentina.

El indicador de participación en el comercio mundial es el principal indicador, ya que denota claramente la situación competitiva de Argentina en cuanto a sus exportaciones.

No obstante, se analiza la evolución de los precios y las cantidades con el objeto de reflejar si los cambios en la participación se deben a modificaciones en los precios o en las cantidades exportadas por Argentina.

El mercado mundial de válvulas se define como el valor FOB total de las exportaciones mundiales de piezas para motor.

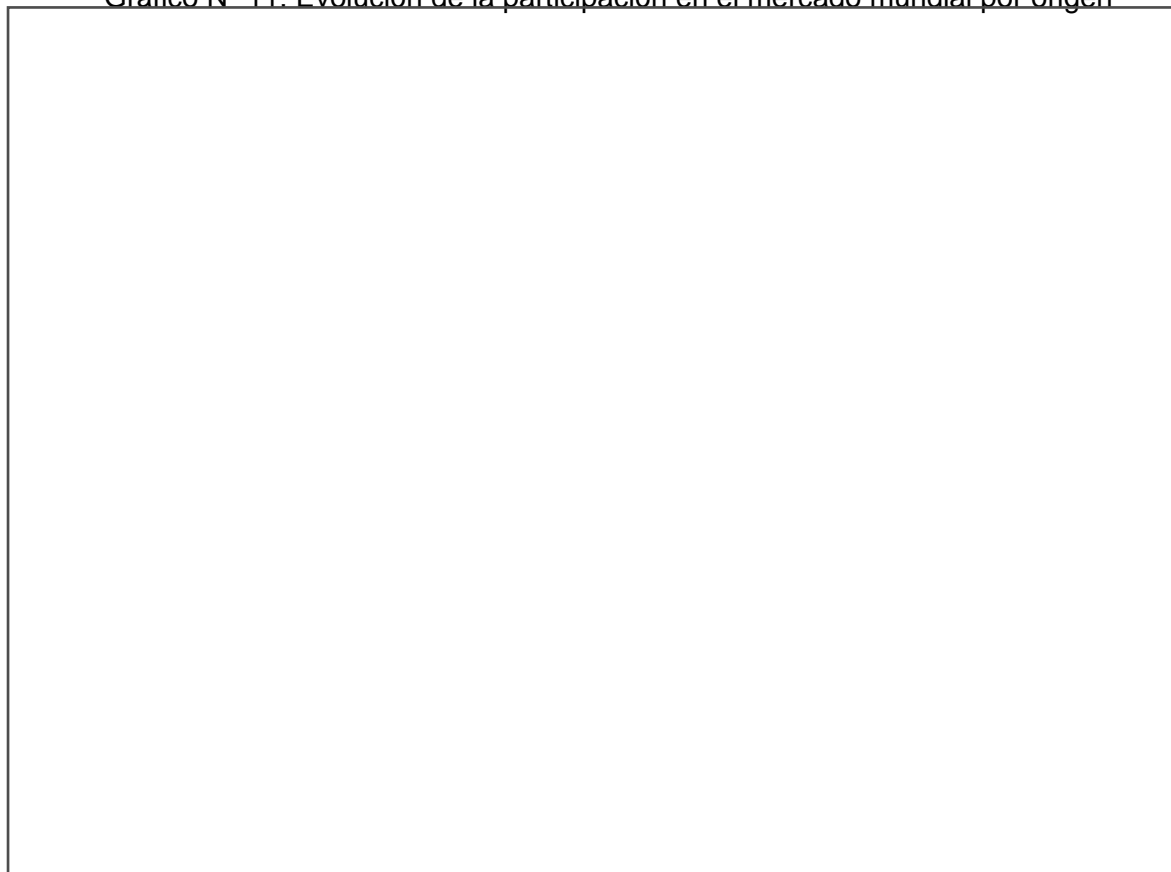
Para este apartado y el siguiente, referidos al análisis del valor de las exportaciones durante el período 2001 – 2004 y el cálculo del indicador de competitividad, se ha tomado como referencia la información estadística brindada por la base de datos de la Organización de Naciones Unidas denominada Comtrade.

En cuanto al análisis de la competitividad de las exportaciones de válvulas argentinas, cabe aclarar que el mismo será realizado tomando los valores de exportación de las válvulas y sus productos complementarios debido a la falta de datos más específicos de libre acceso en la base de datos mencionada. Vale decir, se inferirá la competitividad de las válvulas en función a la competitividad de todas las piezas de motor debido a la falta de información más específica (es decir, de las exportaciones mundiales de válvulas). Puntualmente, para este apartado, el producto se encuentra definido por la posición arancelaria 8409.91, correspondiente a piezas destinadas a los motores de émbolo de encendido por chispa. En consecuencia, para este análisis se distinguirá las exportaciones de piezas de motor.

Participación en el comercio mundial

A continuación se analiza la evolución del primer indicador de competitividad mencionado en el apartado anterior durante el período 2001 a 2004 inclusive. Este se compone del valor exportado por cada país sobre las exportaciones del mundo.

Gráfico N° 11: Evolución de la participación en el mercado mundial por origen



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

Al analizar la evolución de la participación en el mercado mundial por origen de acuerdo a la Tabla N° 18 en el Anexo N° 21 y su correspondiente Gráfico N° 11, se observa una caída general en el valor del indicador para casi todos los países analizados.

Solamente presentan una tendencia positiva de su porcentaje de participación en el mercado mundial, Alemania y México. Puede decirse que estos países constituyen fuertes competidores. En el caso de Alemania, su participación en el mercado es alta, con un 21,5% del mercado en el 2004, ocupando el segundo lugar en el ranking de las exportaciones durante el 2003 y 2004. Otro punto a destacar acerca de este país es que su valor exportado y su participación en el mercado presentan una tendencia positiva durante todo el período analizado, por lo que podría llegar a posicionarse como el líder del sector, superando a Japón.

Por otra parte, México presenta un incremento de su valor exportado y de su participación en el mercado durante todo el período analizado, por lo que, si bien su indicador de competitividad todavía es bajo (6,54% en el 2004), mantiene una tendencia creciente del mismo y se configura como un fuerte competidor del mercado mundial.

En tanto, Argentina se encuentra en una situación crítica de pérdida de competitividad. Analizando su valor exportado, puede observarse en la Tabla N° 17, que el mismo no se ha modificado sustancialmente durante todo el período analizado, el valor exportado es casi el mismo que en el año 2001.

Además de la situación mencionada, surge que el indicador de competitividad para Argentina esto es, la participación de las exportaciones en el mercado mundial, es menor al 1% y desde el año 2001 cayó del 0,47% al 0,31% en el año 2004.

Evolución del índice de precios FOB mundiales / Argentina

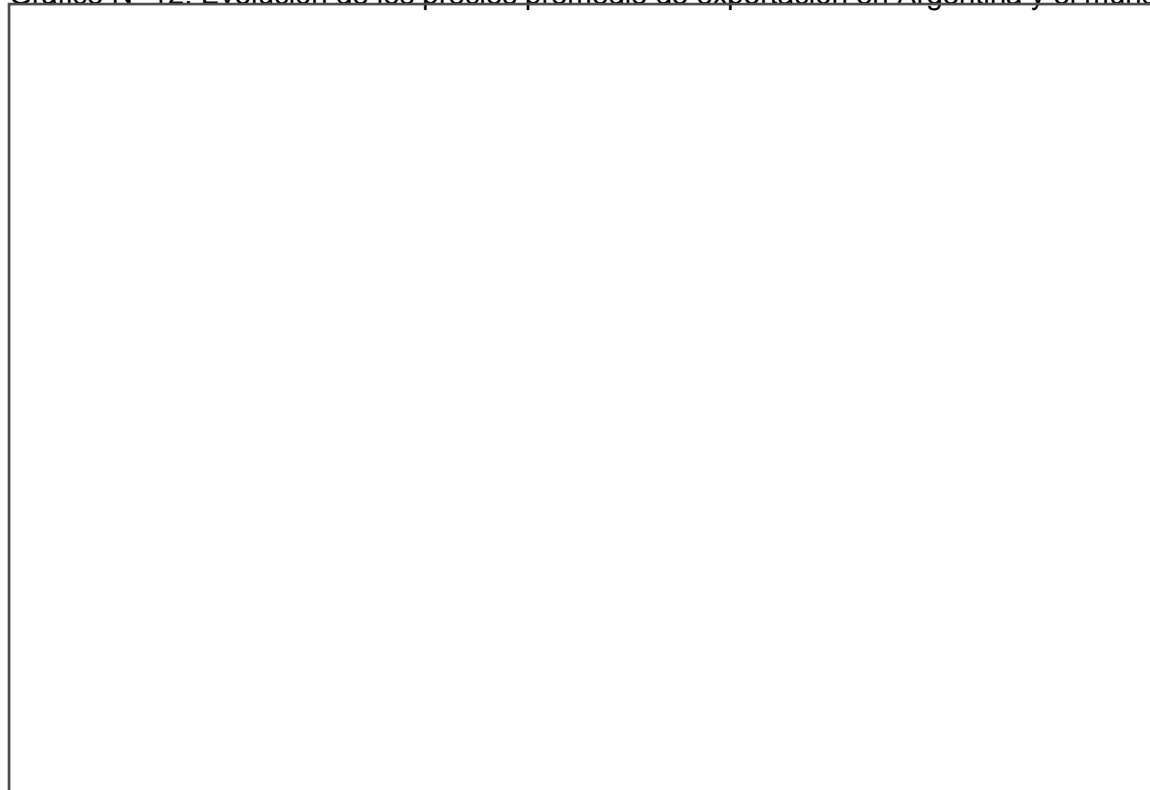
En primer lugar se define el índice de precios, compuesto por el precio promedio al que exporta Argentina sobre el precio promedio al que exporta el mundo. Esto es:

$$I_p = \frac{P_{\text{Argentina}}}{P_{\text{Mundo}}}$$

De acuerdo al índice mencionado, cuando el mismo obtiene un resultado mayor a uno resulta que el precio promedio al que Argentina exporta es mayor que el precio promedio al que exporta el mundo. Caso contrario, cuando el índice es menor a uno, el precio promedio de Argentina es menor al del mundo.

De acuerdo al análisis de la Tabla N° 19 ubicada en el Anexo N° 22 y el Gráfico N°12 que se encuentra a continuación, surge que Argentina exporta desde el año 2001 a precios menores que el precio promedio mundial. En este año, el precio promedio de Argentina se ubicaba en un 0,59 esto es, un 59% del precio promedio del mundo. En el 2004, Argentina cerró su año con un precio promedio que conformó el 39% del precio del mundo, con lo cual la brecha de diferencia en los precios cada vez es mayor.

Gráfico N° 12: Evolución de los precios promedio de exportación en Argentina y el mundo



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

Gráfico N° 13: Evolución del índice de precios de exportación de Argentina



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

A partir de la Tabla N° 20 del Anexo N° 23 y del Gráfico N° 13 que se encuentra más arriba donde se indica la evolución del índice de precios, se observa que **el precio de Argentina es menor que el promedio del mundo encontrándose por debajo de la mitad del precio promedio mundial desde el año 2002, con una tendencia decreciente del índice.**

Evolución del índice de cantidades mundiales / Argentina

El índice se encuentra compuesto por la cantidad exportada por Argentina sobre la cantidad exportada por el mundo. Esto es:

$$I_q = \frac{Q_{\text{Argentina}}}{Q_{\text{Mundo}}}$$

De acuerdo al índice mencionado, cuando el mismo obtiene un resultado mayor a uno resulta que la cantidad que Argentina exporta es mayor a la cantidad que exporta el mundo. Caso contrario, cuando el índice es menor a uno, la cantidad de Argentina es menor a la del mundo. Cabe aclarar que evidentemente, el índice siempre será menor a uno dado que la cantidad exportada por el mundo nunca podría ser menor a la cantidad exportada por Argentina.

Gráfico N° 14: Evolución del índice de cantidades exportadas



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

De acuerdo al análisis de la Tabla N° 21 ubicada en el Anexo N° 24, donde se indica la evolución de las cantidades exportadas, surge que las exportaciones de Argentina aumentaron en el año 2004.

No obstante, a partir de la Tabla N° 22 ubicada en el Anexo N° 25 y del Gráfico N° 14 donde se indica la evolución del índice de cantidades exportadas por Argentina y por el mundo, surge que Argentina mantiene desde el año 2001 hasta el 2004 una participación similar en el comercio mundial.

En conclusión, Argentina se encuentra al final del 2004 con la misma participación en la cantidad exportada pero a un precio más bajo, de acuerdo al análisis de la evolución del índice de precios, con lo cual la pérdida de participación en el valor del comercio mundial se debe principalmente a la caída de los precios promedio de exportación y no a la cantidad.

Unidad V: Análisis del sector

Análisis FODA

Fortalezas

- o Método de producción basado en una combinación de factores intensiva en trabajo. La producción se basa en la combinación de los recursos humanos y la maquinaria, lo que permite incorporar innovaciones progresivamente sin una fuerte automatización. Esto permite superar las barreras al ingreso al mercado impuestas por los montos de inversión, por el acceso desventajoso al financiamiento y por la reducida escala operativa.
- o La totalidad de las empresas del sector ya certificó normas de calidad internacionales, por lo que los productos gozan de una calidad reconocida internacionalmente, lo cual brinda mayor confianza a los compradores.
- o Desarrollo de ingeniería de producto "in house". Las empresas productoras de válvulas poseen una alta capacidad de investigación y desarrollo de nuevos productos, por lo que pueden satisfacer distintos nichos de mercado.
- o Las firmas del sector pertenecen al grupo de proveedores del segundo anillo y se caracterizan por ser firmas independientes. Esto es así debido a la diversificación de sus ventas pero también debido a la posibilidad que tienen de desarrollar nuevos productos y responder a los cambios eficientemente.
- o Adopción de las formas organizacionales consideradas *best practice* (mejor práctica) en el ámbito internacional. En este sentido se destaca la implementación de modernas técnicas de gestión como *kan ban* (entrega a pedido del cliente), mejora continua, *just in time* (justo a tiempo), etc.
- o La logística de exportación es eficiente. Además, como ya se mencionó, los plazos de producción no superan los 30 a 40 días.
- o Buena calidad del producto, los mismos son de calidad internacional y pueden insertarse en el modelo de *global sourcing* (aprovisionamiento global).
- o Diversificación de las ventas del sector. Las ventas de válvulas argentinas se comercializan tanto en el mercado interno (original y de reposición) como en el mercado exterior, por ello las empresas no quedan cautivas del movimiento pendular de la demanda interna de válvulas.
- o Diversificación de las exportaciones a destinos extrazona. Esto implica que las ventas se dirigen al mercado externo, pero dentro de este no se exporta a pocos países sino que cada vez se van incrementando las ventas a nuevos destinos. Tal es el caso del incremento que denotaron las exportaciones a México a partir del Acuerdo de Complementación en el sector Automotor.

Oportunidades

- o La existencia de una cámara regional que agrupa el sector autopartista a nivel regional (Mercoparts), permite la representación de las demandas de cada país. Asimismo, permite promover la implementación de políticas que preserven y desarrollen la industria de cada país.
- o El acuerdo MERCOSUR – México permite la negociación de las condiciones de comercio (esto abarca preferencias arancelarias, acceso a mercados y reglamentos técnicos) a partir de acuerdos bilaterales por lo que establece la oportunidad de que Argentina pueda negociar y modificar directamente con México las condiciones de intercambio comercial hasta el año 2011.
- o Existe interés a nivel gubernamental para realizar Acuerdos bilaterales que aumentan el tamaño del mercado y favorecen la escala y especialización de tal. Esto surge a partir de la apertura comercial argentina y la conciencia de los beneficios de la realización de acuerdos comerciales internacionales, y queda demostrado a partir de la complementación económica en el sector automotor del Mercado Común del Sur con México.

o Tipo de cambio favorable para el desarrollo de la industria nacional a través de la sustitución de importaciones y la exportación.

- o El Acuerdo Automotriz con México representa una oportunidad significativa para aumentar las exportaciones de válvulas debido a tres razones fundamentales: en primer lugar, todavía no se han definido las condiciones de comercio por lo que las mismas podrían mejorarse; en segundo lugar, México representa una plataforma exportadora para todo el mercado NAFTA (Acuerdo de Libre Comercio de América del Norte); por último, México es un fuerte productor de motores, por lo que la demanda de válvulas es crítica para su industria.
- o La existencia de nichos de mercado como el mercado de válvulas de competición, significa una oportunidad de crecimiento para aquellas empresas que puedan adaptar sus productos a las exigencias de cada nicho.

Debilidades

- o Baja capacidad de producción a nivel país. Esto se debe a que existen sólo dos empresas productoras de válvulas para motor en el país.
- o Falta de desarrollo tecnológico nacional. La maquinaria empleada en las empresas es mayormente importada.
- o Falta de un sistema elaborado para aprehender y desarrollar nuevas tecnologías como base de la competitividad. Actualmente, las empresas desarrollan los productos en función a

los requerimientos determinados por las terminales, destacando la inexistencia de un método sistémico para desarrollar *know how* propio.

- o La utilización del e-commerce no se encuentra implementada todavía por parte de las empresas argentinas productoras de válvulas.
- o El precio unitario promedio FOB de exportación de válvulas argentinas es mayor que los precios FOB de exportación de válvulas de Francia o España.

Amenazas

- o El mercado mundial de válvulas para motores se encuentra concentrado en dos corporaciones que concentran el 80% del mercado mundial. En consecuencia, las empresas argentinas poseen reducidas posibilidades de aumentar sus ventas en este mercado, incrementando las posibilidades de satisfacer la demanda de nichos como el de competición. El obstáculo que representa esto es que la demanda de estos nichos se caracteriza por ser altamente variable, tanto en la cantidad como en la calidad de los productos que exigen, por lo que se deberá poseer la capacidad de responder eficientemente a estos cambios.
- o Las empresas internacionales fabricantes de repuestos comienzan a comercializar sus productos de manera independiente a la terminal, lo cual revitaliza sus acciones. Esto representa una amenaza para las empresas nacionales dedicadas al mercado de reposición. No obstante, esta amenaza se ve disminuida por el tipo de cambio, que provocó la suba del precio de los repuestos importados.
- o La demanda de la industria de válvulas para motores presenta una alta variabilidad, tanto en el volumen como el mix de productos. Por ello, es imprescindible para las empresas del sector contar con contratos de venta que le permitan programar su producción.
- o MERCOSUR es la propia amenaza. La Política Automotriz Común (PAC) no abarca aspectos fundamentales para el desarrollo de la competitividad, como son las diferencias en costos de producción entre Argentina y Brasil.
- o Falta de escala del mercado interno. En Argentina no se producen motores, por lo tanto, las ventas de válvulas en este país no pueden destinarse al mercado de equipo original en este país. Las empresas del sector quedan reducidas al mercado de reposición o al mercado externo.
- o El incremento del costo de los insumos importados, tanto maquinarias como equipos o insumos, genera dificultades para la producción y la actualización tecnológica de la empresa.

- o Existe una fuerte presión por parte de las terminales hacia sus proveedores, para que estos mantengan una presencia global. Los cambios que se avecinan en el mercado son de un nivel regional a uno global.

- o La industria Terminal aumenta cada vez más las exigencias a sus proveedores y les otorga mayores responsabilidades, al punto de exigir soluciones del tipo “black box” (caja negra). Esta política implica que los proveedores deban ajustarse a un pedido de las terminales y atenderlo respetando los costos y flexibilidad exigida con tecnología propia.

- o La tendencia actual en la industria automotriz, conduce a una reducción del número de proveedores de equipo original.

La situación competitiva del sector

A partir del análisis realizado acerca de la competitividad de las exportaciones a través del indicador y el detalle de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta el sector, puede concluirse que Argentina tiene un bajo nivel de competitividad en sus exportaciones de válvulas y piezas de motor en general. Esto implica que si bien las empresas del sector mantienen una buena performance en el mercado, al analizar la situación de las exportaciones a nivel país el panorama se modifica completamente, demostrando que Argentina no llega a poseer el 1% de participación en el mercado mundial y que asimismo esta participación ha disminuido durante todo el período analizado (2001 -2004).

Esta situación se acompaña de cambios en el contexto internacional, tales como el nacimiento de fuertes competidores (caso México) y la consolidación de algunos en el mercado como líderes del sector (caso Alemania), con lo cual la baja competitividad de las exportaciones argentinas se acompaña de cambios en el entorno.

Conclusiones

Del análisis realizado surgió que el futuro de la industria autopartista de válvulas para motor está ligado a una compleja influencia de fuerzas entre las que se encuentran la política nacional ligada a la promoción de la producción, la política comercial internacional, la situación interna del mercado autopartista y hasta la misma situación global de la industria automotriz y autopartista.

En este contexto, se analizó la competitividad de las exportaciones de válvulas y piezas de motor en general, tomando como indicador el porcentaje de participación de las mismas en el mercado mundial durante el período que abarcó los años 2001 a 2004, la evolución de los precios FOB promedio del mundo y de Argentina, y la evolución de las cantidades exportadas por el mundo y Argentina.

A partir de este análisis se llegó a formular que el sector atraviesa por una situación crítica de pérdida de competitividad. Esto es, la competitividad del sector es baja y disminuyó durante el período analizado. Las exportaciones de Argentina siempre tuvieron una participación menor al 1% de las exportaciones del mundo. Asimismo, en el año 2004 se vendió la misma cantidad proporcional que en el 2001 pero a un precio un 60% más bajo que el promedio del mundo, lo cual indica un evidente deterioro en los términos de intercambio internacional.

En conclusión, la tendencia actual que debería seguir la industria autopartista argentina elaboradora de válvulas para motor, es la recomposición de los términos de intercambio, aprovechando su bajo precio y exportando mayor cantidad, o manteniendo la cantidad pero aumentando el precio. Por supuesto, el incremento de la cantidad exportada supone mayor capacidad de producción y por otra parte, el aumento del precio supone un valor agregado al producto, con lo cual sería necesario construir un modelo de competitividad sistémica en la industria para mantener estas modificaciones a largo plazo.

Anexos

Anexo 1: Acta de Constitución del Consejo Autopartista MERCOSUR-Mercoparts

A los 22 días del mes de Octubre de 2004, se reunieron en la ciudad de Sao Paulo las entidades autopartistas de los cuatro países integrantes del MERCOSUR más adelante indicados para la constitución del Consejo Autopartista del MERCOSUR – MERCOPARTS.

Después de la presentación de los participantes, los presentes propusieron al Sr. Paulo Rodrigues Butori, Presidente de Sindipeças para presidir los trabajos.

El primer ítem de la agenda trató de la aprobación de "Las Reglas Generales de Funcionamiento del Consejo", habiéndose aprobado el texto, que pasa a ser parte integrante de la presente acta.

Enseguida se procedió a la nominación de los representantes de cada país en el Consejo, habiéndose indicado respectivamente:

Por Argentina: Rodolfo F. Achille; Fabio Rozenblum; Marcelo Domínguez Molet; Juan Cozzuol.

Por Brasil: Paulo Roberto Rodrigues Butori; Antonio Carlos B. Meduna; Mário Milani; Marco Tulio Leite Rodrigues; Flávio Edson Del Soldato; Hugo Ferreira, Américo Nesti Júnior.

Por Paraguay: Ferdinand Willms Lowen.

Por Uruguay: César Villar; Eduardo Panasco

A continuación, a proposición de la delegación argentina, se aprobó que le correspondiese a Brasil la presidencia del Consejo en el primer período de funcionamiento.

La delegación brasileña agradeció la sugerencia e indicó al Sr. Paulo Rodrigues Butori para Presidente.

Como está previsto en las Reglas Generales anteriormente aprobadas, el Presidente del Consejo nominó al señor Luiz Carlos Auler Pereira, Asesor de Sindipeças, para secretariar las actividades de MERCOPARTS durante el período de su gestión.

La sesión fue interrumpida para la redacción de la presente acta que está firmada por todos los representantes de las entidades autopartistas presentes en el Acto.

Firman la presente Acta:

ARGENTINA

Rodolfo F. Achille:

Fabio Rozenblum:

Marcelo Domínguez Molet:

Juan Cozzuol:

BRASIL

Paulo Roberto Rodrigues Butori:

Antonio Carlos B. Meduna:

Mário Milani:

Marco Tulio Leite Rodrigues:

Flávio Edson Del Soldato:

Hugo Ferreira:

Américo Nesti Júnior:

PARAGUAY

Ferdinand Willms Lowen:

URUGUAY

César Villar:

Eduardo Panasco:

CONSEJO AUTOPARTISTA DEL MERCOSUR - "MERCOPARTS"

REGLAS GENERALES DE FUNCIONAMIENTO

1. El Consejo estará integrado por representantes de las Asociaciones de las Empresas Autopartistas de cada uno de los países del MERCOSUR o, alternativamente, un representante de las empresas productoras de autopartes donde no exista una Asociación de las mismas.

2. Los objetivos del Consejo son:

a) Promover los intereses generales de la industria autopartista en armonía con la cadena de valor automotriz, la libre competencia y el comercio leal en el ámbito del MERCOSUR;

b) Estimular procesos de complementación industrial entre las empresas autopartistas del MERCOSUR a fin de mejorar su competitividad;

c) Actuar ante los respectivos Gobiernos y Asociaciones Empresariales para promover en general la corrección o eliminación de los factores que puedan afectar negativamente la competitividad de las empresas autopartistas de la Región y, en particular, las prácticas de comercio desleal que afecten a la industria autopartista de los países miembros;

d) Promover, en conjunto con los Gobiernos de los países miembros, con las autoridades del MERCOSUR y de Organismos Internacionales, la vigencia de un marco de reglas de juego estables que permitan el desenvolvimiento de inversiones y del comercio, y en particular articular las negociaciones del MERCOSUR con el ALCA, la UE y demás bloques y países.

e) Establecer mecanismos de consulta, asesoramiento y actuación ante los Organismos del MERCOSUR y de los Gobiernos de los países miembros como así también frente a Foros internacionales en asuntos que afecten a la industria autopartista de la Región;

f) Promover la integración con otras entidades representativas del autopartismo, particularmente en el área de América Latina, así como fuera de la Región, y estimular el flujo de intercambio de información en todos los asuntos de interés de los asociados.

g) Alentar la necesidad de implementación por parte de los Gobiernos de los países miembros del MERCOSUR de políticas que preserven las operaciones industriales de las empresas radicadas en los países miembros o asociados, llevando a cabo acciones estratégicas específicas que aseguren la continuidad de las empresas instaladas en la Región y su sustentabilidad en el largo plazo y en particular lograr inversiones equilibradas en plataformas y parque de proveedores, alto contenido regional de autopiezas y fortalecimiento del mercado doméstico regional.

3. Serán miembros del Consejo:

Brasil - 7 miembros designados por SINDIPEÇAS

Argentina - 4 miembros designados por AFAC

Uruguay - 2 miembros designado por CAFCA

Paraguay - 1 miembro designado por CAPAFAM

4. El Consejo funcionará de acuerdo con las siguientes directivas básicas:

a) Los Consejeros designados tendrán mandato de 2 años, pudiendo ser renovados por un número ilimitado de mandatos subsiguientes;

b) Se reunirá en forma ordinaria, cuatro veces por año, siendo una en cada país, para aprobar las directivas y planes de trabajo, como asimismo las Cuentas y Presupuestos. En forma extraordinaria se reunirá cuando sea necesario mediante convocatoria previa con 72 horas de anticipación;

c) Las decisiones del Consejo serán adoptadas por consenso;

d) La Presidencia del Consejo será rotativa entre los países miembros. El mandato del Presidente tendrá duración de 1 año pudiendo haber una renovación por un período igual y subsiguiente;

e) La Presidencia del Consejo será ejercida por uno de sus miembros que cumpla, en el año anterior a su elección, con la condición de mantener una producción de vehículos, no inferior a 150 mil unidades al año. Su designación estará a cargo de los representantes de los países miembros y la persona electa deberá estar a cargo de la Presidencia de la Asociación del país al cual representa.

5. La Secretaria del Consejo será rotativa correspondiendo al país cuyo representante ejerza la Presidencia del Consejo. A tal efecto el Presidente nombrará, en forma específica, al Secretario cuyas funciones serán definidas por el Consejo;

6. El Consejo podrá crear Comisiones o Grupos de Trabajo por áreas específicas de interés de los asociados: Comercial, Industrial, Abastecimiento, Institucional, etc. Cada Comisión o Grupo de Trabajo tendrá atribuciones y plazos de funcionamiento delimitados por el Consejo;

7. Para la cobertura de los costos relacionados con el desenvolvimiento regular de las actividades definidas por el Consejo serán establecidos presupuestos anuales, aprobados por el Consejo, con recursos provenientes del aporte de sus miembros en función de las siguientes proporciones:

Brasil 57%

Argentina 35%

Uruguay 5%

Paraguay 3%

8. Los costos extraordinarios* destinados a proyectos especiales o gastos excepcionales relacionados con el funcionamiento de las Comisiones o Grupos de Trabajo serán objeto de presupuestos y criterios de contribución específicos, definidos en cada caso, de acuerdo con los intereses de las partes involucradas.

* Se consideran costos extraordinarios, a los costos no previstos en los presupuestos anuales y que por definición del Consejo tienen que ser efectuados en el año del ejercicio

corriente.

Anexo 2

Tabla N° 1: Aranceles vigentes para válvulas en distintos países.

País / Mercado	Arancel Vigente (Ad Valorem)
Colombia	15 %
Argentina	16 %
Estados Unidos	2,5 % (1)

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ALADI y la Secretaría de Comercio Internacional de Estados Unidos.

(1) Arancel para la Nación más Favorecida. A los países que no se benefician de esta condición se les aplica un arancel del 35%.

Anexo 3

Tabla N° 2: Aranceles vigentes en el MERCOSUR para el comercio extra-zona

Producto	AEC	Aranceles Nacionales			
		Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay
Guarniciones de fricción	14	15,5	15,5	10	15,5
Piezas de vidrio	12/14	13,5/15,5	13,5/15,5	10/16,5	13,5/15,5
Cerraduras y herrajes	16	17,5	17,5	10	17,5
Motores y sus partes	16	17,5	17,5	10	17,5
Bombas	18	19,5	19,5	10	19,5
Aire acondicion.	18	19,5	19,5	10	19,5
Filtros	0/14/16/18	0/14/17,5/19,5	0/14/17,5/19,5	0/5/9	0/17,5/19,5
Gatos	16	17,5	17,5	5	17,5
Rodamientos	14/16	15,5/17,5	15,5/17,5	12/16	15,5/17,5
Piezas de transmisión	0/14/16	0/14/17,5	0/14/17,5	5/11/16	0/8/17,5
Juntas	14/16	14/17,5	14/17,5	5/11	8/17,5
Pieza eléctrica/ónica	16/18	19/19,5	19,5/23	5/10/12	9/19,5
Alumbrado y señalización	18	19,5	19,5	10	19,5
Aparato de radio	20	21,5	21,5	15	21,5
Autoparte específica	18	19,5	19,5	10	19,5/21
Velocímetros	18	19,5	19,5	10	19,5
Inst. de medición	8/12/14/16	13 a 19,5	15 a 21	7 a 20,5	4 a 19,5
Reloj para vehículos	20	21,5	21,5	10	21,5
Asientos	18	19,5	19,5	10/20,5	19,5

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ALADI.

Anexo 4

Tabla N° 3: Destino de la producción de autopartes (en porcentaje)

Destino	Porcentaje
---------	------------

Mercado original	55	
Mercado de reposición	28	
Exportaciones directas	17	
TOTAL	100	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de AFAC

Anexo 5

Gráfico N° 1 Representación de los canales de distribución

C

B

Mercado de Reposición

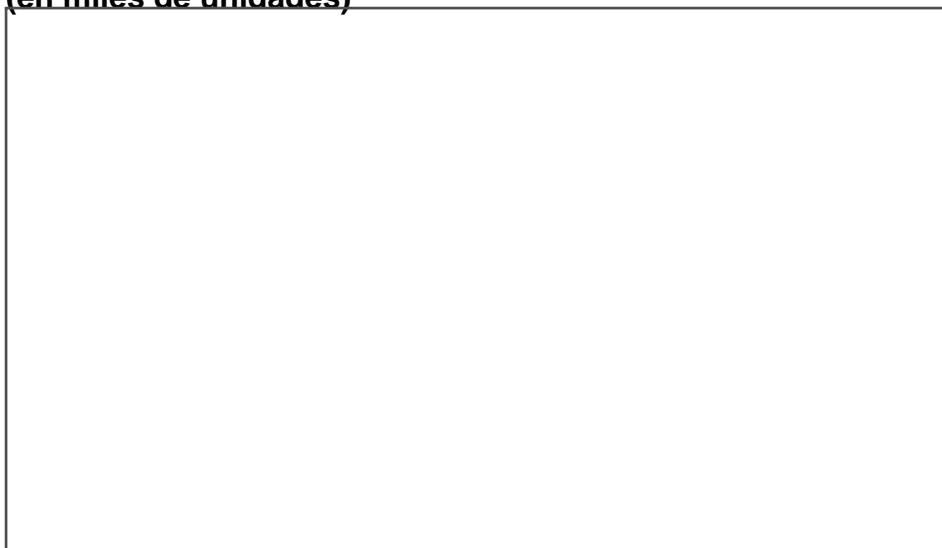
A

Terminales

Anexo 6

Gráfico N° 2 Evolución del mercado automotor de 0 km. entre 1996 y 2003

(en miles de unidades)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ACARA

Anexo 7

Tabla N° 4 Evolución del mercado automotor de 0 km. entre 1996 y 2003 (en miles de unidades)

Año	1998	1999	2000	2001	2002	2003	
Unidades	474	396	340	199	97	143,3	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ACARA

Anexo 8

Tabla N° 5: Valor promedio sobre los tres modelos más vendidos de cada marca

Cambio: 1US\$=\$2,94	
Marca	\$
Fiat	20532
Volkswagen	20412
Peugeot	27965
Chevrolet	29068
Renault	27836
Ford	31946
Citroen	34070
Toyota	45354

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ACARA

Anexo 9

Tabla N° 6: Ranking de las exportaciones 2004* (en dólares)				
Posición	País	Valor	Cantidad	FOB Promedio
1	Japón	4.505.630.954	287.292.255	15,68
2	Alemania	4.050.994.000	333.738.997	12,14
3	Estados Unidos	2.682.382.990	241.254.361	11,12
4	México	1.233.214.101	827.071.492	1,49
5	Canadá	1.020.723.426	0	0
6	Italia	693.131.475	40.876.095	16,96
7	Francia	620.038.948	53.602.836	11,57
8	Reino Unido	559.147.381	61.514.309	9,09
9	Austria	500.206.000	35.049.099	14,27
10	España	384.979.371	18.430.869	20,89
	Mundo	17.822.166.850	2.175.381.6	8,19
			65	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la base COMTRADE

*Nota: Canadá no pudo ser analizado por falta de información sobre las cantidades comerciadas

Anexo 10

Tabla N° 7: Ranking de las importaciones 2004* (en dólares)				
Posición	País	Valor	Cantidad	CIF Promedio
1	Estados Unidos	4.455.700.221	533.801.376	8,35
2	Hungría	2.127.337.000	170.232.894	12,50
3	Canadá	1.881.654.579	0	0,00
4	Alemania	1.789.582.000	129.814.323	13,79
5	Francia	1.519.078.618	108.664.664	13,98
6	Reino Unido	1.255.643.115	220.915.338	5,68
7	México	972.242.890	0	0,00
8	Austria	921.900.384	115.826.808	7,96
9	España	601.476.116	43.150.445	13,94
10	Italia	577.446.581	47.660.678	12,12
	Mundo	16.697.816.382	1.668.926.730	10,01

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la base COMTRADE

*Nota: Canadá y México no pudieron ser analizados por falta de información sobre las cantidades comerciadas

Anexo 11

Tabla N° 8: Balanza Comercial 2004 (en dólares)			
País	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
Japón	4.505.630.954	484.039.325	4.021.591.629
Alemania	4.050.994.000	1.789.582.000	2.261.412.000
México	1.233.214.101	972.242.890	260.971.211
Italia	693.131.475	577.446.581	115.684.894
España	384.979.371	601.476.116	-216.496.745
Austria	500.206.000	921.900.384	-421.694.384
Reino Unido	559.147.381	1.255.643.115	-696.495.734
Canadá	1.020.723.426	1.881.654.579	-860.931.153
Francia	620.038.948	1.519.078.618	-899.039.670
Estados Unidos	2.682.382.990	4.455.700.221	-1.773.317.231
Hungría	267.704.000	2.127.337.000	-1.859.633.000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Anexo 12

Tabla N° 9: Ranking de precios CIF promedio 2004* (en dólares)

Posición	País	Precio CIF Promedio
1	Francia	13,98
2	España	13,94
3	Alemania	13,79
4	Suiza	13,68
5	Japón	13,49
6	Hungría	12,50
7	Italia	12,12
8	Estados Unidos	8,35
9	Austria	7,96
10	Reino Unido	5,68

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

*Nota: Canadá y México no pudieron ser analizados por falta de información sobre las cantidades comerciadas

Anexo 13

Tabla N° 10: Exportaciones argentinas 2001 - 2004

(En dólares)	2001	2002	2003	2004
Informante				
Argentina	57.731.592	57.261.164	54.599.530	58.975.462

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Anexo 14

Tabla N° 11: Evolución de las exportaciones de Argentina y el mundo (2001 - 2004)

Informante	2001	2002	2003	2004
Argentina	\$ 58	\$ 57	\$ 55	\$ 59
Alemania	\$ 2.107	\$ 2.425	\$ 3.022	\$ 4.050
Japón	\$ 3.370	\$ 3.722	\$ 4.116	\$ 4.505
Mundo	\$ 12.401	\$ 14.773	\$ 16.857	\$ 18.842

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Anexo 15

Tabla N° 12: Exportaciones de Argentina y el mundo en el 2004

País	Valor exportado
Japón	4.505
Alemania	4.050
Estados Unidos	2.682
México	1.233
Canadá	1.020

Italia	693
Francia	620
Reino Unido	559
Austria	500
España	384
Argentina	59

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Anexo 16

Tabla N°13: Exportaciones argentinas en el 2004 (en dólares)				
Posición	País	Valor	Cantidad	FOB Promedio
22	Argentina	58.975.462	17.167.727	3,44
	a			
Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE				

Anexo 17

Tabla N°14: Importaciones argentinas en el 2004 (en dólares)				
Posición	País	Valor	Cantidad	CIF Promedio
25	Argentina	50.745.544	7.782.813	6,52
	a			
Fuente: Elaboración propia en base a datos de TRADECOM				

Anexo 18

Tabla N° 15: Balanza comercial argentina 2004 (en dólares)			
País	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
Argentina	58.975.462	50.745.544	8.229.918
Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE			

Anexo 19

Tabla N° 16: Balanza comercial de Argentina 2001 - 2004 (en millones de U\$S)			
Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2001	58	30	28
2002	57	22	35

2003	55	28	27
2004	59	51	8

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Anexo 20

Tabla N° 17: Precio CIF promedio 2004 (en dólares)	
País	CIF Promedio
Argentina	6,52
Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE	

Anexo 21

Tabla N° 18 Evolución de la participación en el mercado mundial por origen (en porcentaje)				
País	2001	2002	2003	2004
Argentina	0,47	0,39	0,32	0,31
Brasil	2,84	2,73	2,44	1,98
Canadá	7,38	6,57	5,94	5,42
Alemania	16,99	16,42	17,93	21,50
Japón	27,18	25,20	24,42	23,91
México	5,42	5,44	5,40	6,54
USA	20,96	19,82	16,26	14,24
todos	100,00	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Comtrade.

Anexo 22

Tabla N° 19: Evolución de los precios promedio de exportación (en dólares)				
País	2001	2002	2003	2004
Argentina	4,73	4,43	4,02	3,44
Brasil	3,22	2,87	3,22	6,54
Alemania	9,19	10,07	12,51	12,14

Japón	14,22	14,72	14,94	15,68
México	2,48	2,59	2,68	1,49
Estados Unidos	9,60	10,23	11,72	11,12
Mundo	8,15	8,97	10,02	8,66

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Nota: Canadá no pudo ser analizada por falta de información sobre las cantidades comerciadas

Anexo 23

Tabla N° 20: Evolución del índice de precios

País	2001	2002	2003	2004
Argentina	0,58	0,49	0,4	0,39

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Anexo 24

Tabla N° 21: Evolución de las cantidades exportadas* (en unidades)

País	2001	2002	2003	2004
Argentina	12.217.558	12.933.442	13.595.601	17.167.727
Brasil	109.466.728	140.698.720	127.724.472	56.957.876
Alemania	229.274.272	240.843.264	241.668.937	333.738.997
Japón	237.031.374	252.933.295	275.542.237	287.292.255
México	271.277.664	310.580.512	339.646.958	827.071.492
Estados Unidos	270.826.674	286.288.362	234.011.934	241.254.361
Mundo	1.521.901.339	1.646.556.571	1.681.991.075	2.175.381.665

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

*Nota: Canadá no pudo ser analizada por falta de información sobre las cantidades comerciadas

Anexo 25

Tabla N° 22: Evolución del índice de cantidades				
País	2001	2002	2003	2004
Argentina	0,008	0,007	0,008	0,007

Fuente: Elaboración propia en base a datos de COMTRADE

Glosario

ACARA: Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina

ADEFA: Asociación de Fabricantes de Automóviles de Argentina

AFAC: Asociación de Fábricas de autopartes y componentes de Argentina

ALADI: Asociación Latinoamericana de Integración

ANFAVEA: Asociación de Fabricantes de Automóviles de Brasil

Contenido Local: se refiere al contenido del MERCOSUR

Extra-zona: Bloques o países fuera del MERCOSUR

Industria: se refiere a la industria autopartista

MERCOSUR: Mercado Común del Sur

Régimen: se refiere al régimen o regulación del sector autopartista dentro del MERCOSUR

SINDIPECAS: Asociación de Autopartes de Brasil

Bibliografía

Fuentes bibliográficas

- * Arese, Héctor. *Comercio y Marketing Internacional*, Buenos Aires, Ed. Grupo Norma. Marzo 1999.
- * Ascúa Rubén. *“La creación de competencias dinámicas bajo un contexto de inestabilidad macroeconómica: el caso Edival”*. CEPAL Buenos Aires. Noviembre 2003.
- * Ledesma, Carlos. *Principios de comercio internacional*, Buenos Aires, Ed. Macchi. 1993.
- * Porter, Michael. *La ventaja competitiva de las naciones*, Buenos Aires, Ed. Javier Vergara. 1992.
- * United Nations Industrial Development Organization. *“The global automotive industry value chain: What prospects for upgrading by developing countries”*. Viena, 2003.

Fuentes de internet

- * Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
<http://www.aladi.org/>

- * Biblioteca de CEPAL
<http://www.cepal.cl/>

- * Basso S.A.
<http://www.basso.com.ar/>

- * Comercial del motor
<http://www.comercialdelmotor.com/productos/>

- * Edival S.A. Bv. Santa Fe 2350 - Rafaela – Argentina
Teléfono: +54 3492 421821 - Fax: +54 3492 428818
<http://www.edival.com/>

- * Secretaría de Comercio Internacional de Estados Unidos
<http://www.dataweb.usitc.gov/>

Instituciones consultadas

- * Asociación de Fábricas Argentinas de Componentes (AFAC)
Viamonte 1167, 2º piso, Buenos Aires. CP: C1053ABW – Te: 54 11 4375 0516
Contacto: Nicolás Cacace – Depto de Asuntos Comerciales
E-mail: nicolas.cacace@afac.org.ar
<http://www.afac.org.ar>

- * Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA)
Lima 265, 3 piso. C1073AAE Buenos Aires. Te: 54 11 4383 2020
<http://www.acara.org.ar/>

- * Asociación de Fábricas de Automotores (ADEFA)
Marcelo T. de Alvear 636, piso 5 – (1058) – Buenos Aires
Tel: (54 11) 4312 3483
E-mail: info@adefa.com.ar
<http://www.adefa.com.ar/>

- * Asociación de Industriales Metalúrgicos de la República Argentina (ADIMRA)
Alsina 1609, 1 piso. (1088) Buenos Aires. Te: (54 11) 4371 0055
<http://www.adimra.com.ar/>

- * Cámara de Industriales Metalúrgicos y de Córdoba
Derqui 340, Córdoba (5000) Te: 0351 4681832
<http://www.metalurgicoscba.com.ar/>
- * Centro de Despachantes de Aduana
Moreno 380, Capital Federal. Te: 011 4331 2338

- * Federación Argentina de Cámaras de Comerciantes en Repuestos del Automotor (FACCERA)

- * Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)
<http://www.inti.gov.ar/>

- * Sindicato Nacional de la Industria de Componentes de Brasil (Sindipeças)
<http://www.sindipeças.org.br/>

- * Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo regional. Secretaría de Industria Comercio y Pymes. Ministerio de Economía y Producción de la República Argentina
<http://www.proargentina.gov.ar/>

Ferias Visitadas

- * Automechanika Argentina.
Feria Sudamericana Comercial e Internacional del Diseño al Mantenimiento y Reciclaje Automotriz. 17 – 20 de Noviembre, 2004. La Rural Predio Ferial. Buenos Aires Argentina.

Empresas visitadas

- * BPG Groups S.A.
Manuel Belzu 1950 off. 115 (B1636GMH) Olivos – Buenos Aires – Argentina
Te: (54-11) 4797 – 1192 / 1420
Fax: (54-11) 4797 – 1800
Contacto: Alberto Borga – Presidente.
Email: borga@bpgroup.com.ar
Web site: www.bpgroup.com.ar

- * Córdoba Motors.
Av. Sabattini 4076. TE: 457 1890 – Córdoba - Argentina



-
- [1] (Agosin, Manuel: “Cambios estructurales y nueva dinámica del comercio mundial”, *Revista de Pensamiento Iberoamericano*, nro. 18, 1990)
 - [2] (European Management Forum, *Revista nro 33*. 1989, pág. 10)
 - [3] (European Management Forum, *Revista nro 33*. 1989, pág. 10)
 - [4] (European Management Forum, *Revista nro 33*. 1989, pág. 11)
 - [5] (Jones y Teece, *President’s Comisión on Industrial Competitiveness*, 1985, pág. 6)
 - [6] (Jones y Teece, *President’s Comisión on Industrial Competitiveness*, 1985, pág. 9)

 - [7] Ledesma, Carlos. *Principios de comercio internacional*. Buenos Aires. Ed. Macchi., pág. 26.
 - [8] Porter, Michael. *La ventaja competitiva de las naciones*, Buenos Aires, Ed. Javier Vergara, pág 145
 - [9] Porter, Michael. *La ventaja competitiva de las naciones*, Buenos Aires, Ed. Javier Vergara, pág 145
 - [10] Iapadre, Lelio. “A taxonomy of Statistical Indicators for the analysis of internacional trade and production”. Documento de la Organización de Cooperación y Desarrollo económico. Marzo 2003.
 - [11] Cateora. P, *Marketing internacional*, España, Ed. Irwin, 1995.
 - [12] Ascúa Rubén. “La creación de competencias dinámicas bajo un contexto de inestabilidad macroeconómica: el caso Edival”. CEPAL Buenos Aires. Noviembre 2003.
 - [13] Extraído de Revista Aftermarket <http://www.aftermarket.com.ar> Mayo 2005.
 - [14] Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). “Política Automotriz Común del

MERCOSUR". [http:// www.aladi.org/](http://www.aladi.org/)

[15] Ver Anexo N° 1 "Acta de Constitución del Consejo Autopartista MERCOSUR-Mercoparts"

[16] Acuerdo de Complementación Económica MERCOSUR - México

[17] Comercial del motor, "*Proceso de producción de las válvulas*"

<http://www.comercialdelmotor.com/>.

[18] <http://www.acara.com> Asociación de Concesionarios de Automotores de Argentina marzo 2005.