

1

Estrategias industriales y dinámica territorial del sector automotriz argentino en el contexto del Mercosur (1994-2007)

† José María Basconcelo

Centro de Investigaciones Geográficas (CIG), Facultad de Ciencias Humanas, UNICEN

@ [jbasconcelo@hotmail.com].

“El 23 de diciembre de 2007, luego de una implacable enfermedad, falleció el Profesor, Licenciado y Doctor en Geografía José María Basconcelo a los 42 años de edad. Nos ha dejado como legado su incondicional vocación hacia la Geografía, por la que trabajó y dio todo hasta el último instante. Que lo que el Dr. Basconcelo nos ha dejado sea retomado por la comunidad geográfica para nuestro crecimiento académico e institucional”.

M. Soc. Diana Lan

Resumen

El proceso que se inicia con la firma de los protocolos de integración y de complementariedad productiva entre la Argentina y el Brasil, sobre la base de protocolos sectoriales (1986), continuará con la firma del Tratado de Asunción (1991), punto de partida oficial del proceso de integración sudamericana. Sin embargo, a pesar que todavía no es un verdadero mercado común, el MERCOSUR constituye una zona de libre comercio que ha avanzado hacia una unión aduanera imperfecta.

La industria automotriz es un ejemplo clásico de un sector transnacional en un proceso de regionalización. Esta regionalización del aparato de producción en el marco del Régimen Automotriz Común (RAC) provocará un fenómeno de duplicación de la presencia industrial de los constructores en Argentina y Brasil. Esta industria se regionaliza, en la medida que los flujos de comercio intra-firma y las inversiones productivas son orientadas por la dinámica de la integración regional en los diferentes mercados.

Palabras clave: Industria - Automotrices - Mercado - Integración - Región.

Resumo

O processo que se inicia com a assinatura dos protocolos de integração e de complementaridade produtiva entre Argentina e Brasil, sobre a base de protocolos setoriais (1986), continuou com a assinatura do Tratado de Assunção (1991), ponto de partida oficial do processo de integração sul-americana. Contudo, apesar de que ainda não seja um verdadeiro mercado comum, o MERCOSUL constitui uma zona de livre comércio que tem avançado rumo a uma união aduaneira imperfeita.

A indústria automobilística é um exemplo clássico de um setor transnacional em processo de regionalização. Esta regionalização do aparato de produção no marco do Regime Automotivo Comum (RAC) provocará um fenômeno de duplicação da presença industrial das montadoras na Argentina e no Brasil. Esta indústria se regionaliza, na medida em que os fluxos de comércio intra-firma e os investimentos produtivos são orientados pela dinâmica da integração regional nos diferentes mercados.

Palavras-chave: Indústria - Automobilística - Mercado - Integração - Região.

Industrial strategies and territorial dynamics of the Argentine automobile sector in the context of Mercosur (1994-2007)

Abstract

The process that began with the signing of the protocols of integration and production complementation between Argentina and Brazil, on the basis of sector protocols (1986), was followed by the signing of the Treaty of Asunción (1991), the official starting point of the process of South American integration. However, despite not being a real common market yet, MERCOSUR constitutes an area of free trade that has advanced towards an imperfect customs union.

The automobile industry constitutes a clear example of a transnational sector that is going through a process of regionalization. This regionalization of the production mechanisms within the framework of the Common Automobile Regime (CAR) will bring about a process of doubling the industrial presence of the manufacturers in Argentina and Brazil. This industry is regionalized to the extent to which both intra-company trade flows and capital deepening are oriented by the dynamics of the regional integration of the different markets.

Key words: Industry - Automobile - Market - Integration - Region.

Introducción

El proceso que se inicia con la firma de los protocolos de integración y de complementariedad productiva entre la Argentina y el Brasil, sobre

la base de protocolos sectoriales (1986), continuará con la firma del Tratado de Asunción (1991), punto de partida oficial del proceso de integración sudamericana. Sin embargo, a pesar que todavía no es un verdadero mercado común, el MERCOSUR constituye una zona de libre comercio que ha avanzado hacia una unión aduanera imperfecta.

La industria automotriz es un ejemplo clásico de un sector transnacional en un proceso de regionalización. Esta regionalización del aparato de producción en el marco del Régimen Automotriz Común (RAC) provocará un fenómeno de duplicación de la presencia industrial de los constructores en Argentina y Brasil. Esta industria se regionaliza, en la medida que los flujos de comercio intra-firma y las inversiones productivas son orientadas por la dinámica de la integración regional en los diferentes mercados.

Por otra parte, la industria automotriz genera un efecto multiplicador sobre la producción y el empleo de otras ramas de actividad (producción de metales básicos, sustancias y productos químicos, caucho y plástico, edición e impresión, metalmecánica), puesto que el automóvil es un producto complejo que moviliza una cadena de valor heterogénea, que incluye a proveedores autopartistas y de insumos, los concesionarios y los trabajadores.

La crisis de la integración regional y la fuerte reducción del poder adquisitivo (1998-2002), pondrá fin a los sueños de El dorado para las compañías automotrices incentivadas por la creación del MERCOSUR. Sin embargo, una vez superada la crisis (2004), el sector automotriz fue acompañando el ritmo de la recuperación económica del país, y de la evolución del crecimiento de la demanda tanto a nivel local, como respecto a los demás países de América Latina, con un MERCOSUR que se proyecta nuevamente en torno de las 3 millones de unidades/año. Entonces, constituye la actividad industrial de mayor crecimiento, y la que impulsa el avance del sector manufacturero. En tal sentido, las compañías están adoptando un conjunto de decisiones que incluyen el anuncio de nuevas inversiones genuinas de hasta 3.500 millones de dólares (en el período 2007-2010), lo que confirma las excelentes perspectivas que se avizoran para el sector.

Este trabajo tiene el propósito de analizar las estrategias locacionales de las firmas automotrices y la competitividad de los territorios del MERCOSUR para atraer inversiones, a fin de comprender la organización y dinámica territorial actual de la industria automotriz en Argentina (1991-2007).

Estrategias industriales y cambios en la organización territorial de la producción automotriz en la Argentina del MERCOSUR

Durante los años noventa, el MERCOSUR se convierte en un espacio perteneciente a la competencia oligopólica global, donde se librarán las grandes transnacionales automotrices europeas y estadounidenses, atraídas tanto por los componentes proteccionistas (RAC), como liberales (liberalización parcial de las importaciones y de los intercambios intra-zona) del MERCOSUR,¹ como por el dinamismo de la demanda regional, y la presencia de capital humano de buena calidad.

Esta regionalización del aparato de producción en el marco del RAC provocará un fenómeno de duplicación de la presencia industrial de los constructores en los dos países: el retorno de ciertas empresas a la Argentina (**Chrysler, General Motors, Fiat Auto y Peugeot-Citroën**), y la instalación de aquellas compañías ausentes hasta ese momento en los dos países (**Renault**, seguida de **Peugeot-Citroën** en Brasil), que modificará en profundidad la naturaleza de la relación entre constructores y país de primera implantación, en general a expensas de la Argentina. El caso de **Renault** es el más explícito respecto al tema, donde Brasil se transforma desde 1999-2000, en la implantación dominante del grupo en la región (Curitiba), mientras que recientemente **Peugeot-Citroën** establece (marzo de 2007) la Dirección MERCOSUR (agrupa a las filiales de la Argentina y Brasil) en la sede de Río de Janeiro.

El proceso de regionalización (MERCOSUR), y el acuerdo de reconversión sectorial (1991) en Argentina, completado por el régimen especial automotriz de 1994, provocan la ruptura definitiva con el modelo de sustitución de importaciones, y marcan el retorno de los constructores y la anulación de las decisiones tomadas en el período precedente, con una predilección por Córdoba, que deviene el primer polo automotriz del país (1998), con la llegada de **Fiat Auto, General Motors y Chrysler** (Basconcelo, 2004).

1 La existencia de regímenes especiales acordados al sector constituye uno de los más importantes factores de atracción. El protocolo 21 es un buen ejemplo: permite a las empresas de beneficiarse de las importaciones libres de derechos, a condición de exportar una cierta proporción de su producción local. Esta política sectorial las incita a desarrollar el comercio intra-regional e influir en la localización industrial de los dos países productores del MERCOSUR.

En este sentido, la estabilidad macroeconómica y el inicio de la construcción de un mercado común entre Argentina y Brasil, fueron dos de los factores que promovieron la expansión del sector a mediados de la década anterior, absorbiendo el territorio de Córdoba alrededor de 10,8 mil millones de dólares de inversiones privadas, tanto nacionales como internacionales. Estas se inscribieron en las estrategias regionales (MERCOSUR), beneficiando esencialmente a la filial automotriz, y apoyándose sobre la disponibilidad de factores de producción determinantes, tales como la mano de obra calificada, y la tradición industrial. Sin embargo, la disminución del costo de la mano de obra, a través de la firma de nuevos convenios colectivos de trabajo por los cuales los constructores imponen efectivamente sus pretensiones (mecanismos de flexibilización), provocarán una reducción drástica del empleo, condiciones de trabajo más duras y una disminución en el poder adquisitivo de los trabajadores.

Este proceso ha generado un verdadero cambio en la organización de la economía local, modificando profundamente la estructura de producción, los mecanismos de valoración de los factores de producción, la naturaleza del crecimiento y de la distribución de los ingresos. La existencia de un tejido industrial diversificado caracterizado por su “pujanza y su actitud emprendedora”, y de “tamaño significativo”, constituye y constituirá, una enorme fortaleza para el territorio a través del efecto multiplicador sobre las otras actividades.

Cuando se creó el MERCOSUR las terminales cambiaron radicalmente su estrategia. Hasta ese momento, las operaciones en Brasil y en Argentina eran independientes, y muchas marcas en Argentina eran representadas por empresas locales como CIADEA (**Renault**), Autolatina (**Ford** y **Volkswagen**) y SEVEL (**Fiat** y **Peugeot**).

Pero como la nueva estructura impulsó el comercio bilateral sectorial, las empresas delegaron a Brasil la producción de autos livianos con motor chico, especializándose Argentina en vehículos tri-cuerpo, con motores de mayor cilindrada, así como también en vehículos utilitarios.

Esta estrategia funcionó muy bien durante los primeros tres años, elevando el flujo de comercio intra-zona. Los vehículos argentinos llegaron a representar el 40% de las importaciones brasileñas, generando una gran dependencia de este mercado en las terminales locales. Sin embargo, a partir de 1998 cambió todo.

La crisis que comienza a verse en Brasil, con una caída muy importante de su mercado interno, llevó a que la especialización se transformara en “complementariedad productiva”. Esto significa que ambos países empezaron a fabricar modelos similares, de forma que la producción nacional complementaba la oferta del mercado brasileño, pero con menor escala y un alto contenido de autopartes provenientes de Brasil. Esto perjudicó a la Argentina porque los vehículos construidos a ambos lados de la frontera eran, precisamente, algunos de los que antes se fabricaban en Argentina (como el Chevrolet Corsa, Peugeot 206 y Renault Clío).

La tendencia se profundiza cuando Brasil abandona el Plan Real, depreciando fuertemente su moneda con respecto al dólar (y por lo tanto, al peso argentino) en 1999. La industria local, cuyas exportaciones estaban muy concentradas en el MERCOSUR, sufrió una importante pérdida de competitividad, que provocó que muchos autopartistas locales cruzaran la frontera, sobre la base de la necesidad de reducir los costos y/o por el hecho de las ventajas financieras o fiscales ofrecidas en Brasil (créditos bajo condiciones privilegiadas, exenciones fiscales, etc.).

Esta competencia entre territorios (“guerra fiscal”) nos lleva a replantear la sustentabilidad de los beneficios generados por las IED en el largo plazo, en la medida donde absorbe una cantidad significativa de recursos fiscales destinados al beneficio de las firmas y de sus apoyos políticos, al mismo tiempo que constituye una fuente de desequilibrios financieros (finanzas públicas) y geográficos, y un factor de incertidumbre a nivel local, nacional, también regional (Ibáñez, 2005). Por tanto, el riesgo de una concentración territorial en el MERCOSUR a favor del más fuerte, es particularmente grande, puesto que tratan de integrarse países de diferentes tamaños y de niveles de desarrollo muy contrastados.

La declinación mediterránea: crisis y recuperación del polo industrial Córdoba

Este nuevo desequilibrio en el marco de la regionalización incentivó la deslocalización de la producción hacia el Brasil de algunas plantas (componentes) o líneas de producción, provocando una caída de más del 50% de la producción argentina, y afectando particularmente a Córdoba, uno de los dos polos automotrices mayores de la Argentina, el más integrado y dependiente del MERCOSUR (Basconcelo, 2004).

En tal sentido, ciertos fabricantes de componentes y algunos constructores cierran sus puertas. **General Motors** y **Chrysler** dejan la provincia, mientras que **Fiat Auto**² paraliza la producción automotriz, deslocalizando distintos modelos hacia Brasil e **Iveco**, deja de producir camiones medianos –el volumen de producción más importante–, provocando una caída catastrófica de la producción, con un costo social altísimo (suspensiones, despidos, huelgas, protestas, toma de empresas), que confirmarán la gravedad particular de la situación en Córdoba (ver Tabla N° 1).

Tabla N° 1. Variación de los empleados por compañías automotrices de Córdoba (1998-2003).

Compañías automotrices	Empleados			Variación 1998-2003	
	1998	2001	2003	Número	Porcentaje
Renault Argentina S.A.	3.700	1.560	625	-3.075	-83%
Fiat Argentina S.A.	3.200	1.070	282	-2.018	-91%
Iveco Argentina S.A.	400	250	110	-290	-72%
Daimler Chrysler*	250	163	0	-250	-100%
General Motors Argentina S.A.	475	0		-475	-100%
Total	8.025	3.043	1.017	-7.008	-87%

*Cierre de la planta en enero de 2001.

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por el Sindicato de Empleados Mecánicos y Afines (SMATA) y la Unión Obrera Metalúrgica (UOM) de Córdoba, y el diario *La Voz del Interior* de Córdoba.

En 1998, la provincia albergaba a cinco terminales, mientras que en 2007 sólo quedan tres, de las cuales, una está parada y dos están a media máquina. En 1998, Córdoba fabricó 210.879 unidades, el 46% del total nacional, mientras que en 2002, ensambló sólo 14 947, 10% del total. Una de las consecuencias de esto, es que para la provincia el comercio con Brasil pasó de representar el 40% al 13% actualmente.

- En 1997, la planta registró su pico de producción con 97.631 vehículos. Desde entonces, fue cayendo año a año (95.046 en 1998; 48.690 en 1999; 33.815 en 2000, y 31.554 en 2001) hasta llegar al cierre en 2003. Por entonces, la automotriz explicó la decisión en que el “flex” (nivel de intercambio con Brasil) era demasiado rígido y de hecho penalizaba las exportaciones en exceso desde la Argentina. Obviamente, se agregó la agudísima crisis del mercado interno, que prácticamente desapareció tras el estallido de diciembre de 2001.

Sin duda, el período más crítico se extiende entre abril de 2002 y el mismo mes de 2003, mientras que la recuperación recién se presenta tibiamente en 2004, y con mayor énfasis en 2005. Por tal motivo, las terminales radicadas en Argentina recuperaron el ciclo de asignación de modelos a fabricarse, y se impulsó una nueva oleada inversora en el sector (ver Tabla N° 2).

Tabla N° 2. Anuncio de nuevas inversiones en la industria automotriz de Córdoba (2007-2010).

Empresa	N° Planta	Nuevo modelo/ partes	Inversión en dólares	Nuevos puestos de trabajo	Producción prevista por año	Mercado
Renault	(1) Santa Isabel	L35-sedán tricuerpo	200 millones de dólares	400 empleos directos 800 empleos indirectos	35.000 unidades	82% Mercado Externo (México).
Fiat	(1) Ferreyra	Camioneta familiar (4x4) Siena Motor Cajas de cambio	60 millones de dólares	1.000 empleos directos	50.000 unidades 30.000 unidades 140.000 unidades	75% Mercado Externo (Brasil) 100% Mercado Externo Mercado interno
Volkswagen	(2) Córdoba	Cajas de cambio		500 empleos directos 1.500 empleos indirectos	1.000.000 unidades	95% Mercado Externo

Fuente: elaboración propia en base a datos de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *Ambito Financiero*.

En este sentido, desde fines de la década pasada **Renault Argentina** no recibía una inversión para un nuevo modelo, contrastando con la situación de Brasil, que sólo en 2006 fue beneficiado con cinco proyectos de fabricación.

Así fue que en 1999, la planta industrial de Santa Isabel generaba el 70% de la producción regional (agregando Argentina y Brasil), mientras que en 2004, la situación se invierte y es la planta de Brasil la que genera el 70% de la producción regional.

Tras ocho años sin poder comunicar proyectos fabriles importantes, la automotriz francesa anunció nuevas inversiones, pasando de las 65.000 unidades actuales a 100.000 en 2009, cubriendo un 60% de la capacidad instalada de la planta. El nuevo modelo tendrá un nivel de integración nacional de 50% y llegará a 79% con la incorporación de autopartes de la región. El proyecto L35 será un vehículo totalmente nuevo que se fabricará en sólo dos lugares: la Argentina (para toda América Latina), y otro país de la ex Europa del Este para los mercados del viejo continente.

De esta manera, Renault Argentina comenzaría a revertir la tendencia negativa en materia de producción que se inició con la pérdida del proyecto del Mégane II que se destinó a Brasil y la designación de ese país para producir cinco modelos del proyecto Logan.³

Mientras que la compañía italiana **Fiat Auto Argentina** volverá, después de seis años, a producir vehículos en la periferia sur de la ciudad de Córdoba (Ferreyra), a partir de un acuerdo de complementación industrial con el grupo Tata de la India.⁴ Por otra parte, se confirma la decisión de trasladar

3 Renault decidió introducir en el MERCOSUR el nuevo modelo Logan, que es producido por Dacia, la filial Renault en Rumania, se vende en Europa del Este a un precio excepcional en relación con los costosos automóviles europeos, aunque con mayores comodidades, se comercializará en el resto de los países de la Unión Europea. La puja entre las filiales de Renault de la Argentina y Brasil por atraer inversiones quedó reflejada por un error de una agencia de noticias. El día del anuncio se explicó que sería un vehículo del segmento de los medianos. No se habló de nombre, sino de sigla del proyecto: L35. Pero quedó claro que no sería el Logan, que hoy se produce en Brasil. Tras ese anuncio, un cable de la agencia francesa de noticias “AFP” referido a la inversión en la Argentina aseguraba que el modelo a producir en Córdoba era el Logan. En Argentina ese error no tuvo importancia porque los medios publicaron bien la información, pero en Brasil causó un gran impacto. No sólo en la prensa, sino en la filial brasileña, que se sorprendieron con la noticia. La sensibilidad es tal que rápidamente se comunicaron con sus pares de Buenos Aires para exigirles una explicación sin comprender que se trataba sólo de una mala información. No quedaron conformes con la respuesta interna y “AFP” tuvo que emitir al día siguiente a pedido de la empresa un nuevo cable aclarando expresamente que el modelo que se iba a producir en Córdoba no era el Logan (*Ambito Financiero*, 22/05/07: 27).

4 Tata Motors es la automotriz del Grupo Tata —que encabeza el magnate Ratan Tata— que factura 5.500 millones de dólares anuales. Tiene tres millones de vehículos en las calles y rutas de India, que la convierten en el quinto fabricante de vehículos comerciales medianos del mundo, tras la compra en 1994 de la división camiones de la coreana Daewoo. No son extraños en la región: en 2006 constituyeron un “joint venture” con la brasileña Marcopolo, líder en

la producción del modelo Siena que actualmente se fabrica en Brasil. De esta forma, se termina un ciclo negativo para la firma italiana que abrirá una nueva etapa con la utilización integral de la planta de Córdoba, dado que implicaría la reapertura de la planta automotriz más moderna del país, dotada de tecnología de punta.⁵

Sin embargo, el cierre de la planta no fue total, y tuvo un nuevo perfil industrial, utilizando el 20% de su capacidad productiva: la fabricación de dos tipos de motores (el 1,7 diesel y el naftero 1,6 Torque), cajas de cambio y repuestos, que se destinan en su totalidad a la exportación. Recientemente, la casa matriz le asignó el ensamblado de un tercer tipo de motor, y además, incrementará la producción de cajas de cambio, a raíz del acuerdo por diez años suscripto con la francesa PSA Peugeot-Citroën. En la actualidad trabajan unas 500 personas fijas, más otras 300 conforme con necesidades puntuales. De concretarse el acuerdo con los indios, es una incógnita a cuánto se elevaría la dotación de la planta.

La producción del Siena planteará un ambicioso programa de nacionalización de proveedores que involucraría a un centenar de proveedores, de los cuales la mitad serían cordobeses. De esta manera, se firmaron acuerdos entre la empresa y los gobiernos nacional y provincial, que incluyen beneficios fiscales, tanto para el proyecto Siena, como para la pick-up que fabricará en 2008, en alianza con la automotriz india Tata.⁶

La compañía alemana **Volkswagen** en Córdoba actúa como proveedora de cajas de cambio, y cuenta para ello con dos plantas, empleando un total de 1.400 trabajadores. Por otra parte, de los 3,5 millones de vehículos que produce la marca en todo el mundo, la tercera parte de estos modelos llevarán cajas de cambio hechas en Córdoba.

carrozado de ómnibus (muchas de cuyas unidades circulan en Argentina), *Ambito Financiero*, 26/07/07, p. 8.

- 5 La fábrica había sido inaugurada en diciembre de 1996, tras una inversión de alrededor de 600 millones de dólares, justamente para producir el Siena que se exportaría a toda la región.
- 6 Entre otros beneficios, la Provincia de Córdoba otorgará un subsidio de 400 pesos por puesto de trabajo, por tres años, exenciones impositivas por diez años, y la rebaja de un 25% en el costo de la energía eléctrica. También contempla otorgar a los autopartistas los beneficios de la promoción industrial, que incluye exenciones impositivas, rebaja de hasta 50% en el costo eléctrico, un aporte económico de hasta 300 pesos por puesto generado y créditos blandos del Banco de Córdoba. También, la Nación se compromete a agilizar los mecanismo de compra de autopartes, permitirle funcionar como “aduana factoría”, facilitar el reintegro de IVA y gestionar créditos blandos para proveedores para montos por encima de los 75 millones de pesos.

Estos anuncios de inversiones y la fabricación de nuevos modelos, muestran que la industria en Córdoba dejó atrás la peor de las crisis, evidenciando signos de recuperación (generando alrededor de 2.000 puestos de trabajo directos y 2.300 indirectos), y cuya producción estará destinada al mercado externo. En este sentido, “esto nos quita la vulnerabilidad que tuvimos en épocas pasadas, ya que al fabricar sólo para el mercado interno –cuando caían las ventas–, perdíamos muchos puestos de trabajo”, subrayó el vicegovernador Juan Schiaretti (*La Voz del Interior*, Córdoba, 13/06/07).

La reconcentración costera de la producción automotriz: un nuevo legado

Durante la crisis, los polos automotrices beneficiados por el acceso directo al mar (Rosario, RMBA), estuvieron mejor ubicados que los polos enclavados en el interior (Córdoba y Tucumán) frente al proceso de regionalización de la producción a favor del eje Paraná-Plata, posicionándose Rosario como el segundo centro automotriz del país, con un solo constructor (General Motors), y confirmando la predominancia de la RMBA (Basconcelo, 2005).

Sin embargo, la evolución de la situación posterior a la devaluación del peso, parecería recomponerse al menos parcialmente, ante los recientes anuncios de inversiones efectuados por las compañías radicadas en Córdoba, mientras que el caso de Scania en Tucumán, está especulando con la posibilidad de trasladarse a Brasil, y la mayoría de los autopartistas cordobeses son proveedores de esta planta de camiones.

La reactivación de la economía argentina en los últimos años, y una recuperación del crédito prendario permitieron la expansión del sector, que en 2007 espera superar las 500.000 unidades de producción y colocar en el mercado 520.000 nuevos vehículos. En tal sentido, en los últimos meses, el crecimiento constante del mercado interno, así como la firma del acuerdo automotor con Brasil, aportaron la certidumbre necesaria para que varias de las diez empresas automotrices con terminales en el país, anunciaran el inicio de la producción de nuevos modelos. Si bien la Argentina volvió a figurar en el mapa de las inversiones automotrices, hoy ofrece una rentabilidad similar a la de México y Brasil. El gran interrogante es qué tan sostenible es este ritmo de crecimiento, o, en otras palabras, si podrá el

sector recuperar el dinamismo que tenía en los mejores años de la década de 1990 (ver Tabla N° 3).

Tabla N° 3. Anuncio de nuevas inversiones en la industria automotriz del eje Paraná-Plata (2007-2010).

Empresa	N° Planta	Nuevo modelo	Inversión en dólares	Producción prevista por año	Mercado
General Motors	(1) General Alvear-Rosario-Santa Fe	Nuevo modelo	200 millones de dólares		Mercado externo (MERCOSUR, México y países del Pacto Andino).
Toyota	(1) Zárate-Buenos Aires	Nueva Toyota SW4	200 millones de dólares		75% Mercado externo (México, Brasil).
Citroën	(1) El Palomar-Buenos Aires	C4	150 millones de dólares	50.000 unidades	90% Mercado externo (Brasil, España).
Peugeot	(2) El Palomar-Buenos Aires, Jeppener-Brandsen-Buenos Aires	Peugeot 307		50.000 unidades	90% Mercado externo (Brasil, España).
Daimler-Chrysler	(1) Virrey del Pino-Buenos Aires	NCV3 (utilitario)	50 millones de dólares	12.000 unidades	Mercado externo (Sudáfrica, Australia).
Volkswagen	(1) Pacheco-Buenos Aires	Nuevo modelo	300 millones de dólares		80% Mercado externo (Brasil).
Honda	(1) Campana-Buenos Aires	Nuevo modelo	100 millones de dólares	30.000 unidades	60% Mercado externo (Brasil).

Fuente: elaboración propia en base a datos de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *Ambito Financiero*.

La empresa estadounidense **General Motors** con planta en la localidad de General Alvear, próxima a Rosario, se adelantó para obtener los beneficios de la recuperación automotriz, incorporando a más de 300 empleos directos (a comienzos de 2006, la planta volvió a contar con 1.500 trabajadores), incrementando en un 35% la producción del Corsa, el modelo que compete en el segmento más económico del mercado. Igualmente, continua destinando

la mayor parte de su producción al exterior, con México, Chile, Brasil y algunos países de América Central como principales destinos.

Mientras que la compañía japonesa **Toyota Argentina**, radicada en Zárate (provincia de Buenos Aires), fue la primera terminal en concretar una fuerte inversión, tras la devaluación del peso, para ampliar sus instalaciones locales, y producir para los mercados argentino y externo un nuevo modelo de camioneta (nueva Toyota Hilux) y el deportivo SW4, como parte de una estrategia global que sólo tiene otros tres países productores en el mundo: Tailandia, Indonesia y Sudáfrica.

Con Brasil, Toyota Argentina exporta más que lo que importa (seguirá importando desde Brasil el modelo Corolla), y esa diferencia responde a la estrategia de la empresa para hacer de la Argentina una plataforma de exportación hacia América Latina, incluyendo el enorme mercado mexicano (donde exporta el 75% de la producción), por la calidad de la mano de obra y también, los menores costos de producción. En la actualidad, la empresa tiene 2.500 empleados, y está operando en su máximo nivel de capacidad productiva (aproximadamente 65.000 unidades anuales).

La baja de costos en dólares que promovió la devaluación del peso, constituye una de las razones que da sentido a la apuesta de Toyota, que, de todos modos, procurará bajar los costos aún más, por medio de una mayor utilización de autopartes locales. Para ello, la empresa analizará la potencialidad de las firmas autopartistas del país para incorporarlas a su plataforma de producción, donde participarán potenciales proveedores de los tres principales polos automotores del país: Buenos Aires, Córdoba y Rosario. La nueva Hilux tiene 60% de autopartes del MERCOSUR, de las cuales más de 600 son argentinas, y unas 150, brasileñas. Por tanto, la regionalización e integración de piezas permitirá simplificar el proceso industrial, ya que hay partes que provienen de Indonesia, Tailandia, India y otros tantos países, lo que requiere una logística muy compleja.

La automotriz francesa **Citroën** inauguró la producción del nuevo modelo C4, que significará aumentar 30% la capacidad instalada. Además, en Argentina también produce el Citroën Berlingo, y en Brasil, el C3 y el Picasso. Uno se exporta a Brasil, y los otros se traen al mercado argentino, en el que también se introducen importados de Europa. De esta manera, se consolida la Argentina como un fuerte polo de producción de vehículos para exportación llegando ya a 76 países.

Como se observa en otros casos, la producción del nuevo modelo tiene un alto nivel de integración de autopartes regional (es decir, del MERCOSUR) que llega a 75%. De ese volumen, 80% representa el aporte de proveedores argentinos, convirtiéndose en el auto con mayor proporción de partes nacionales.

En cuanto a **Peugeot**, además de la producción de los modelos Peugeot 206, 307 y Partner, inauguró en la misma planta la nueva línea de fabricación del Peugeot 307 Sedan. Por otra parte, parte de las inversiones es destinada a la planta Jeppener que la empresa posee en la localidad bonaerense de Brandsen, y que actualmente provee los motores para el 307 que se produce en el país. PSA Peugeot Citroën Argentina emplea actualmente alrededor de 3.900 personas.

La compañía **Daimler-Chrysler** fabricará un nuevo utilitario NCV3 (incluye 12 millones de dólares para el desarrollo de autopartes) en la planta donde produce actualmente el utilitario Sprinter. Mientras que la otra empresa alemana **Volkswagen**, con una inversión de 300 millones de pesos comenzó a producir a partir de 2006 un nuevo modelo (parecido al Fox que se construye en Brasil) en su planta de Pacheco, provincia de Buenos Aires, destinado el 80% a la exportación, principalmente hacia Brasil.

Por otra parte, la automotriz japonesa **Honda** anunció que comenzará a fabricar autos en el país a fines de 2009 (ya tiene una fábrica de motos), y constituye la primera inversión, desde 1998, que aumenta la capacidad instalada de producción automotriz en el país. Actualmente, la fábrica de Honda en Brasil (ubicada en las afueras de San Pablo) produce los modelos Fit (compacto) y Civic (mediano), y ambos modelos representan las tres cuartas partes de la demanda de Honda en la Argentina.

La fragmentación del tejido industrial local: el rol de los autopartistas

El aporte limitado de las compañías automotrices en la difusión del savoir-faire y los métodos, más allá de las propias estructuras y de sus proveedores más cercanos, reduce los efectos de entrenamiento sobre el conjunto del tejido industrial local y la generación de externalidades positivas. La relación pertinente concierne solamente a los constructores y sus grandes proveedores globales, por tanto, el elemento local se encuentra relativamente marginado y precarizado (variable de ajuste).

En este sentido, son los proveedores de primer rango los que están involucrados esencialmente en las tareas de dinamización del proceso de aprendizaje y de reconversión de la red de proveedores de rangos inferiores, cuya gran mayoría es local. De tal manera que, podría afirmarse que la nueva lógica industrial de las firmas no permite más que desarrollar y de mantener la utilización de los recursos y competencias locales (*savoir-faire*, tecnologías, etc.), mucho más solicitadas que en etapas anteriores de desarrollo de la cadena productiva.

Durante los años de la crisis, el parque de automotores argentinos dejó de actualizarse y lo mismo ocurrió con los autopartistas. Ahora que la demanda volvió a funcionar, las cifras de producción y ventas de automotores están recuperando ese tiempo perdido. Este fuerte incremento está abriendo oportunidades para los autopartistas locales que sobrevivieron a la debacle industrial nacional. Pero no está exento de riesgos. En efecto, en la última década la industria automotriz mundial experimentó fuertes cambios. Uno de ellos es la cada vez más rápida caducidad de los modelos y tecnologías utilizadas. Cada vez es más rápido el proceso por el cual surgen modelos nuevos que usan otros materiales y tecnologías que dejan obsoletos a los anteriores. Eso obliga a que los autopartistas deban estar haciendo permanentes inversiones en el desarrollo de nuevos productos que estén a la altura de lo que ocurre en la industria mundial. Esto es más crítico en el caso de aquellos autopartistas que son proveedores directos de las plantas terminales, es decir, donde se fabrican los vehículos completos.

El riesgo a evaluar tiene que ver con la presión que significa mantener un ritmo de inversiones importante con un mercado muy inestable. Los grandes grupos mundiales autopartistas pueden hacerlo porque tienen su producción geográficamente diversificada y por que sus espaldas financieras tienen otra dimensión. Además, en muchos casos, estas grandes autopartistas mundiales negocian con las automotrices la provisión de partes desde la salida de un nuevo modelo hasta el final de su producción. Por ello, ser proveedor directo de las terminales es muy tentador pero también trae aparejado algunos riesgos para las PyMEs locales, porque es cierto que puede implicar una demanda muy grande pero cuando llegan las crisis esa demanda se reduce rápidamente a nada. Por ello siempre es preferible diversificar los clientes para evitar una excesiva dependencia de una sola empresa. Desde entonces, la estrategia para sobrevivir fue dedicarse al mercado de reposición, es decir, abastecer al mercado de repuestos y no a los fabricantes directos de automotores.

Por tanto, la estrategia de los autopartistas pasa por mantenerse en el mercado de reposición pero mientras tanto se comienza a analizar la posibilidad de proveer a los grandes fabricantes instalados en Argentina. La estrategia exportadora pasa por apuntar primordialmente a los mercados que se consideran más “accesibles” a una PyME local. Es decir, aquellos que no demandan estar en la vanguardia de la innovación tecnológica ni exponerse a la competencia de las corporaciones multinacionales autopartistas internacionales. Sin embargo, en este momento, la creciente demanda del mercado interno deja poco espacio para atender los mercados externos.

Hay preocupación en el sector de autopartes por varios temas. Uno de los principales es el desbalance comercial con Brasil, algo que ya no sucede con los vehículos terminados por el boom exportador. El tema de las piezas es que el éxodo de empresas que hubo en los últimos años dejó mal parada a esta industria, y con la recuperación en la producción de las fábricas de autos hay un fuerte flujo importador, y esto se ve en el contenido nacional de los vehículos que se producen en Argentina. Esto se explica por la mayor demanda de las terminales y del mercado de reposición en un contexto donde algunos conjuntos claves dependen del exterior. En tal sentido, Brasil continúa siendo el principal proveedor extranjero de autopartes con el 36,3% de las importaciones, seguido por Estados Unidos, Japón y Alemania.

Conclusiones

El riesgo de una concentración territorial a favor del país más fuerte es particularmente enorme, en ausencia de políticas de acompañamiento coordinadas a nivel del MERCOSUR, y el poder de atracción intrínseca de Brasil, por su tamaño (mercado, mano de obra), la solidez y la dinámica de su base industrial, y el rol primordial jugado por las economías a la escala de la industria automotriz (impacto amplificado por la caída del mercado interno argentino). Brasil parece entonces mucho mejor ubicado para atraer las nuevas inversiones generadas por el proceso de integración, agravando aún más las desigualdades regionales y poniendo en riesgo la permanencia de los polos automotrices tradicionales. En este sentido, se observa la creación de centros de decisión regionales en Brasil, incluso para los constructores recién instalados (Renault y Peugeot-Citroën), y poniendo bajo la influencia

brasileña a la industria argentina (focalización sobre ese país, flagrante en el caso de Córdoba, importación masiva de componentes de origen brasileño, etc.). En efecto, la industria automotriz argentina no puede existir sino como parte del conjunto regional, por tanto, el futuro del Régimen Automotriz Común (RAC) es una cuestión primordial para la Argentina.

La devaluación del peso va generar un desfase entre producción y demanda local, y replantear una de las razones de existencia de la industria local en el contexto regional, en la medida donde la pérdida del poder adquisitivo y la recesión económica han reforzado el fenómeno de la “brasilinización” de la demanda local, haciendo de la producción argentina un complemento cuantitativo, y no cualitativo, de la oferta brasileña, castigando los modelos de media gama a favor de los vehículos más modestos, fundamento tradicional del mercado brasileño; esta tendencia pone parcialmente en cuestión la idea tradicional de especialización por segmentación (tamaño de los modelos). En tal sentido, Brasil debería especializarse en los automóviles de baja gama pero con volúmenes comparables a las grandes plantas internacionales, dejando para la Argentina la gama media, destinada no solamente al MERCOSUR sino a un número creciente de terceros mercados (Chile, México, incluso, Europa, China). La concretización de esta opción constituye realmente una solución aceptable para la industria argentina, favorecida por una mano de obra relativamente más calificada y de instalaciones modernizadas, capaces de producir vehículos de alta tecnología.

Sin embargo, con la crisis se asistirá a una declinación de Córdoba y la desactivación de Tucumán (paralización de la construcción de camiones en 2002), los dos polos interiores, y una reorganización territorial de la producción automotriz local a favor del eje Paraná-Plata, haciendo de Rosario el segundo centro automotriz del país, con un solo constructor y confirmando la predominancia de la Región Metropolitana de Buenos Aires; estos dos polos parecen mejor ubicados en esta nueva etapa marcada por la regionalización de la producción, por su posición marítima.

Sin embargo, la devaluación del peso en 2002 y la reactivación de la economía observada en 2003-2004 fundamentalmente no han modificado la relación de fuerzas “geográficas”, confirmando el rol de ciertas plantas locales como proveedores de componentes para el conjunto del continente, más allá del MERCOSUR. Igualmente, la devaluación ha terminado por invertir la tendencia anterior y empujado a los constructores a promover el retorno

de los fabricantes locales, pero contrariamente al pasado, este fenómeno de “renacionalización” actual es estrictamente motivada por la búsqueda de una mayor competitividad costos/calidad/eficacidad de la producción argentina, y en menor medida, raramente regional. Sin embargo, el mercado interno, que creció fuertemente en los últimos años, no mantendrá ese ritmo en el futuro. Por tal motivo, las terminales apuntan a fortalecer las exportaciones que les permitirían incrementar la producción.

Bibliografía

- AMBITO INDUSTRIAL (2007). En *Ambito Financiero*, 03/09. Buenos Aires.
- BASCONCELO, José María (2004). *Stratégies et dynamique territoriale de l'industrie automobile en Argentine face au MERCOSUR. De l'attractivité à la crise: l'exemplarité de Córdoba*. Université Paris III-Sorbonne Nouvelle, Institut des Hautes Études de l'Amérique Latine, París, Francia, 622 p.
- BASCONCELO, José María (2005). “La crisis del Mercosur y las estrategias industriales: ¿Hacia una nueva organización territorial de la producción automotriz argentina?”. En *Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina*. Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- BASCONCELO, José María (2006). “Industria automotriz y territorio en los noventa: la crisis del polo industrial Córdoba, Argentina”. En *Séptimas Jornadas de Presentación de Trabajos y Extensión del Centro de Investigaciones Geográficas (CIG) y Primeras Jornadas Nacionales de Geografía de la Argentina y sus problemas actuales*. FCH-UNICEN, Tandil, Argentina.
- BASTOS TIGRE, Paulo; LAPLANE, Mariano; LUGONES, Gustavo; PORTA, Fernando y SARTI, Fernando (1998). “Impacto del MERCOSUR en la dinámica del sector automotor”. En *INTAL (Instituto para la integración de América Latina y el Caribe), Impacto sectorial de la integración en el MERCOSUR*. Buenos Aires, Argentina.
- CARROUÉ, Laurent (2002). *Géographie de la mondialisation*. Armand Colin/VUEF, París, Francia, 249 p.
- GIORDANO, Paolo y SANTISO, Javier (2000). “La course aux Amériques: les stratégies des investisseurs européens dans le MERCOSUR”. En *Problèmes d'Amérique latine*, N° 39. París, Francia.
- IBAÑEZ, Pablo (2005). “Guerra fiscal y territorio brasileiro: o caso do setor automotivo”. En *Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina*. Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- NABUCO, Maria; DE ALMEIDA NEVES, Magda y DE CARVALHO NETO, Antonio (2002). *Indústria automotiva: a nova geografia do setor produtivo*. DP&A editora, Rio de Janeiro, Brasil, 403 p.
- NOFAL, Beatriz (2000). “Conflictos, dilemas y oportunidades en la política comercial”. En DE LA BALZE, Felipe (comp.), *El futuro del MERCOSUR. Entre la retórica y el realismo*. ABA-CARI, Buenos Aires, Argentina, pp. 171-198.
- SANTOS, Milton y SILVEIRA, María Laura (2004). *O Brasil: Território e sociedade no início do século XXI*. Record editora, Rio de Janeiro, Brasil, 473 p.
- SCHORR, Martín (2004). *Industria y nación. Poder económico, neoliberalismo y alternativas de reindustrialización en la Argentina contemporánea*. Edhasa, Buenos Aires, Argentina, 368 p.
- TORRES, Armando (ed.) (2007). *Empresas de capital extranjero en la República Argentina*. Cloutmedia, Buenos Aires.
- VELTZ, Pierre (2000). *Le nouveau monde industriel*. Gallimard, París, 227 p.