

Escuela de Negocios

Tipo de documento: Tesis de maestría



EMBA | Executive MBA

# Análisis sectorial Industria automotriz – Análisis regional y local (Argentina)

Autoría: Kaciuk, Mauricio Germán

Año: 2025

## ¿Cómo citar este trabajo?

Kaciuk, M. (2025) "Análisis sectorial Industria automotriz – Análisis regional y local (Argentina)". [Tesis de maestría. Universidad Torcuato Di Tella]. Repositorio Digital Universidad Torcuato Di Tella.

<https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/13884>

El presente documento se encuentra alojado en el **Repositorio Digital de la Universidad Torcuato Di Tella** bajo una licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional  
**Dirección:** <https://repositorio.utdt.edu>



# I. ANÁLISIS SECTORIAL INDUSTRIA AUTOMOTRIZ – ANÁLISIS REGIONAL Y LOCAL (ARGENTINA)

**Alumno:**

**Mauricio Germán Kaciuk**

**Tutor: Carlos Loisi**

**Año: 2025**

## II. RESUMEN EJECUTIVO

A lo largo del presente trabajo se abordarán diferentes aspectos de la industria automotriz a nivel mundial, regional y, con mayor grado de análisis se centrará en el mercado argentino.

La industria automotriz argentina desempeña un papel fundamental en la economía del país, con una larga trayectoria tanto de producción nacional como de importaciones. Analizar la competencia y la segmentación del mercado en este sector es crucial para comprender la compleja dinámica que impulsa su crecimiento y sostenibilidad tanto de las terminales como de toda la cadena de valor asociada.

Una de las características clave de la industria automotriz argentina es su dependencia de los mercados nacionales e internacionales. El sector depende en gran medida de las exportaciones, y gran parte de su producción se destina a países de América Latina, Europa y Asia. Esta dependencia de los mercados externos ha hecho que la industria sea vulnerable a las fluctuaciones de la demanda global y las condiciones económicas.

Otro aspecto importante de la industria automotriz argentina es su enfoque en la innovación y el avance tecnológico. Los fabricantes del sector han realizado importantes inversiones en investigación y desarrollo para mejorar la eficiencia, la seguridad y la sostenibilidad de sus vehículos. Este enfoque en la innovación ha ayudado a la industria a mantenerse competitiva en el mercado global.

A pesar de sus fortalezas, la industria automotriz argentina también enfrenta varios desafíos. Existen problemáticas que deben ser atendidas por el gobierno relacionadas con la infraestructura, los costos laborales y las regulaciones gubernamentales. Las deficiencias en la infraestructura, como las redes de transporte y los servicios públicos inadecuados, pueden obstaculizar el crecimiento y la competitividad del sector. Los altos costos laborales y la rigidez de las leyes homónimas también pueden afectar la capacidad de la industria para mantener su rentabilidad y eficiencia. Además, la fluctuación de las políticas y



regulaciones gubernamentales puede generar incertidumbre para los fabricantes e inversores del sector.

En conclusión, la industria automotriz en Argentina es un sector vital que contribuye significativamente a la economía del país. Sin embargo, enfrenta varios desafíos que deben abordarse para garantizar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo. Al abordar los problemas relacionados con la infraestructura, los costos laborales y las regulaciones gubernamentales, la industria puede seguir prosperando y mantenerse competitiva en el mercado global.

### **PALABRAS CLAVE**

Sector Automotriz; Análisis Sectorial; Oportunidades; Mercosur



### III. INDICE

I. ANÁLISIS SECTORIAL INDUSTRIA AUTOMOTRIZ – ANÁLISIS REGIONAL Y LOCAL (ARGENTINA) .....	1
II. RESUMEN EJECUTIVO .....	2
III. INDICE DE GRAFICOS .....	5
III. GLOSARIO.....	6
IV. CAPITULO 1.....	7
A. INTRODUCCIÓN.....	7
B. OBJETIVO DEL PRESENTE TRABAJO .....	7
C. METODOLOGÍA.....	8
V. CAPÍTULO 2 .....	9
A. PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS .....	9
1. ESCENARIO MUNDIAL.....	9
2. PRODUCCIÓN EN ARGENTINA.....	13
B. INVERSION Y DESINVERSION DE LA INDUSTRIA EN ARGENTINA	14
C. ESQUEMA DE PRODUCCIÓN EN ARGENTINA .....	15
1. VENTAS Y EXPORTACIONES.....	17
VI. CAPÍTULO 3.....	21
A. EL ROL DEL ESTADO .....	21
1. CASO ARGENTINO – MARCO NORMATIVO.....	21
2. CASO BRASIL .....	27
VII. CAPÍTULO 4.....	29
A. COMPETENCIA Y SEGMENTACIÓN.....	29
1. ANÁLISIS FODA GLOBAL.....	29
2. PRINCIPALES MARCAS CON PRESENCIA REGIONAL .....	30
3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO ARGENTINO	33
4. EL PERFIL DEL CONSUMIDOR .....	34
VIII. CAPÍTULO 6.....	51
A. DESAFIOS PARA LA ARGENTINA.....	51
B. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	55

## IV. INDICE DE GRAFICOS

- 1) Gráfico 1 – Total producción vehículos en el mundo.
- 2) Gráfico 2 – Serie histórica 1061-2024 – Total Producción vehículos en el mundo
- 3) Gráfico 3 – Serie histórica 1061-2024 – Población Mundial
- 4) Gráfico 4 – Serie histórica 1061-2024 – Total Producción sin China
- 5) Gráfico 5 – Serie histórica 1061-2024 – Total Producción EEUU
- 6) Gráfico 6 – Serie histórica 1061-2024 – Total Producción principales países
- 7) Gráfico 7 – Serie histórica 1061-2024 – Total Producción vehículos Argentina
- 8) Gráfico 8 – Exportaciones Argentina
- 9) Gráfico 9 – Destino de exportaciones argentinas
- 10) Gráfico 10 – Ventas a concesionarios nacionales
- 11) Gráfico 11 – Selección de compra por tipo de motor (Global)
- 12) Gráfico 12 – Porcentaje de cambio de marca ante cambio de vehículo (Global)
- 13) Gráfico 13 – Porcentaje de interés a pasar a modelo de suscripción entre 18-34 años (Global)
- 14) Gráfico 14 – Preferencia de compra por tipo de motor (Argentina)
- 15) Gráfico 15 – Rango de precio y preferencia de compra de Vehículos Eléctricos (Argentina)
- 16) Gráfico 16 – Sitio de preferencia para carga de vehículos eléctricos (Argentina)
- 17) Gráfico 17 – Ubicación de carga pública preferida (Argentina)
- 18) Gráfico 18 – Intenciones de compra de vehículo nuevo y tenencia actual (Argentina)
- 19) Gráfico 19 – Intención de compra de un vehículo habiendo comprado un usado (Argentina)
- 20) Gráfico 20 – Preferencia por probar una nueva marca de vehículo (Argentina)
- 21) Gráfico 21 – Factores decisivos para la elección de VE o a combustión interna (Argentina)
- 22) Gráfico 22 – Tipo de organización preferida para la próxima venta (Argentina)
- 23) Gráfico 23 – Porcentaje de consumidores que da importancia a la fabricación local de vehículos (Argentina)
- 24) Gráfico 24 – Interés por vehículos conectados (Argentina)
- 25) Gráfico 25 – Disposición a pagar más por las funciones de conectividad (Argentina)
- 26) Gráfico 26 – Porcentaje de consumidores que cuestionan la necesidad de tener vehículos en el futuro debido a la movilidad compartida (Argentina)
- 27) Gráfico 27 – Nivel de acuerdo o desacuerdo sobre el transporte compartido (Argentina)
- 28) Gráfico 28 – Interés en MaaS como transporte primario por rango etario (Argentina)
- 29) Gráfico 29 – Tipo de transporte compartido que se incluirían en MaaS (Argentina)
- 30) Gráfico 30 – Interesados en renunciar a la propiedad vs la suscripción (Argentina)



## V. GLOSARIO

**VE:** Vehículos eléctricos

**Motores PHEV:** Corresponde al motor de un vehículo que combina un motor de combustión interna con un motor eléctrico y una batería recargable enchufable.

**Motores HEV:** Corresponde al motor de un vehículo que combina un motor de combustión interna con un motor eléctrico y que se recarga con la energía acumulada en las frenadas y aceleraciones.

**MaaS (Mobility as a Service):** se trata de una solución de movilidad inteligente basada en un teléfono inteligente que permite a los consumidores acceder y pagar por varias formas de transporte compartido, como viajes compartidos, vehículos compartidos, patinetes eléctricos compartidos, bicicletas compartidas y transporte público en una solución de movilidad totalmente integrada.

## **VI. CAPITULO 1**

### **A. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo permitirá a través del análisis y la evaluación de los antecedentes históricos relacionados a evolución de la industria automotriz en los diferentes mercados; iniciando por el análisis a nivel mundial y llegando al caso específico del mercado argentino; conocer cuáles serán los desafíos para el futuro inmediato que enfrenta la industria local.

Serán abordadas diferentes temáticas, como el análisis del mercado y la competencia, el rol de los estados a través de las políticas gubernamentales y los programas de incentivos fiscales; el análisis de los consumidores, y de otros aspectos que serán de ayuda para formular una conclusión sobre las posibles tendencias; interrogantes y desafíos que enfrentará la industria en los próximos años.

### **B. OBJETIVO DEL PRESENTE TRABAJO**

Como fue mencionado en apartados anteriores, el presente trabajo tiene por objeto realizar un análisis detallado de la industria automotriz a nivel global; regional (Mercosur) y, en particular del mercado argentino. Abordando las siguientes temáticas a lo largo de los capítulos que serán desarrollados a continuación:

- 1) Evolución histórica de la producción de vehículos;
- 2) Inversión y desinversión en la región;
- 3) Marco normativo y políticas de promoción estatal;
- 4) Análisis FODA;
- 5) Competencia y segmentación del mercado;
- 6) Perfil y preferencias de los consumidores;
- 7) Tendencias y desafíos para el futuro de la industria automotriz a nivel global y para Argentina, en particular.



## C. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente trabajo, se recurrió al análisis de diferentes fuentes especializadas, tanto a nivel internacional como regional y local. Se hizo foco en las temáticas detalladas en los apartados anteriores como: el recorrido histórico sobre la evolución de la industria, realizar una comparación entre los diferentes actores del mercado, analizar la competencia, segmentación y preferencias de los clientes, así como las estrategias productivas de las empresas (producción para el mercado interno, externo y productos para mercado masivo o segmento especializado).

Se utilizaron herramientas como el análisis FODA (Fortalezas; Oportunidades, Debilidades y Amenazas), para guiar y resaltar algunas temáticas específicas que se desarrollan a lo largo del trabajo.

Al finalizar el recorrido de este análisis sectorial, se espera poder compartir tendencias relevantes para cualquier empresa del sector, con foco en las terminales automotrices. Lo cual permitirá identificar las riesgos y oportunidades que se presentan en el sector, así como las amenazas y desafíos a los que se enfrentarán.

## VII. CAPÍTULO 2

### A. PRODUCCIÓN DE VEHÍCULOS

#### 1. ESCENARIO MUNDIAL

El propósito del presente capítulo es detallar la evolución de la producción de vehículo livianos y utilitarios menores desde 1961 hasta la actualidad.

La industria automotriz es uno de los sectores más importantes y que genera mayor impacto en la economía mundial; ya sea por el grado de participación en el empleo formal, como en el desarrollo tecnológico. A continuación, se detalla la evolución histórica de volúmenes de fabricación de vehículos desde 1961 tanto en el mundo como en Argentina.

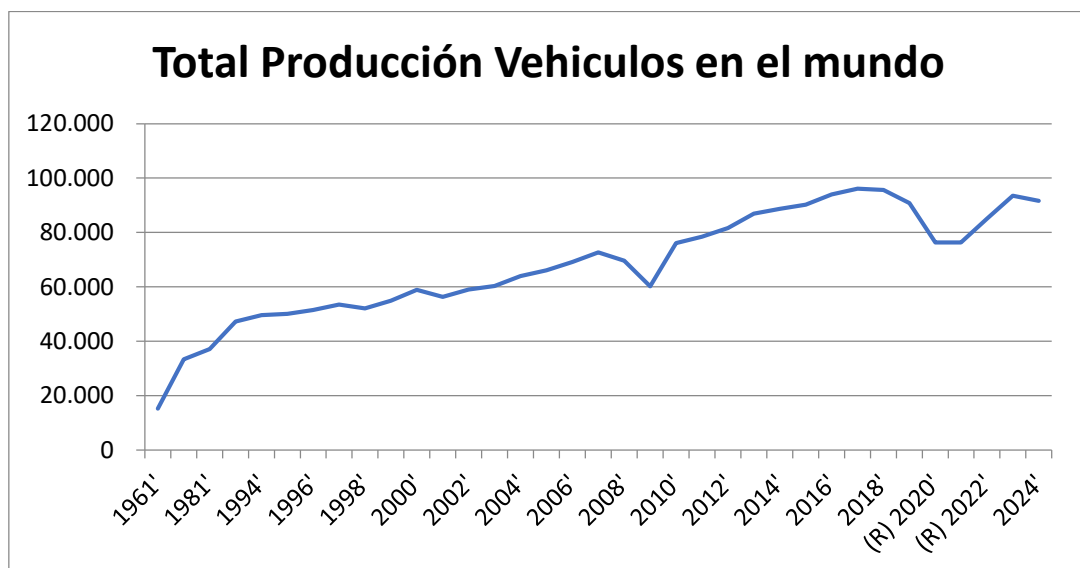


Gráfico 1

En 1961 la producción rondaba los 15.000.000 de vehículos a nivel mundial, siendo Estados Unidos con una participación del 44 % sobre la producción global, el principal fabricante de vehículos. Luego de Estados Unidos, se encontraban los siguientes países: Alemania con 2,213 Millones de vehículos, Reino Unido con 1,447 y Francia con 1,205 millones de unidades.

En el año 1962 había 32 países productores de vehículos que eran aquellos que disponían de empresas con líneas de montaje. La producción en Argentina, en aquella época fue de 136.000 unidades.

En el año 2024, la producción de vehículos fue 91.600.000 de vehículos. Esto muestra un incremento del 510 % en 63 años. Cabe destacar que el rol de Estados Unidos como principal jugador del mercado se fue diluyendo con los años. En 1.961 Estados Unidos llegó a producir 10,672 millones de vehículos – 44 % del total producido en el mundo - y, en el año 2024, produjo 10,610 Millones – solo el 11,5 % del total -. Esto quiere decir que la evolución en la cantidad de unidades producida en Estados Unidos tuvo un crecimiento casi nulo durante el periodo analizado. Argentina fabricó en el año 2024 un total de 506.000 unidades.

Otros hechos relevantes acontecidos en el período analizado son los siguientes:

- En el año 2017 Australia tomó la decisión estratégica de discontinuar la fabricación de vehículos. Si bien son varios los motivos que motivaron esa decisión, entre ellos se encuentran: los altos costos, alto grado de competencia China debido a la proximidad geográfica, sus grandes escalas productivas y su nivel de eficiencia. Australia migró su estrategia pasando de ser un país productor para convertirse en un centro de diseño y desarrollo de nuevos vehículos.
- En el caso de Ford y, también para lograr mayor competitividad a nivel global, descentralizó su operación, regionalizando sus centros de desarrollo y producción de utilitarios livianos hacia Argentina y Tailandia.
- El caso más sorprendente de los últimos años es la incursión de China en el mundo automotriz. China inicia la producción de vehículos en 1991, llegando a fabricar 709.000 unidades – siendo el 1.7 % del total producido en dicho año. En 2024 China produjo 30,160 millones de vehículos – representando el 33 % del total producido a nivel global, convirtiéndose en el actor más importante del mercado. La incursión de China entre los países productores de vehículos fue disruptiva. En 33 años han

incrementado la producción de vehículos en un 4154%. Mas allá de la propia escala poblacional china que implica una gran demanda a nivel de mercado interno, hoy en día es normal ver vehículos de origen chino en todo el mundo. En el año 2009, China logro superar a Estados Unidos como el primer fabricante de vehículos. Lugar que ocupó desde los inicios de la fabricación de Vehículos. Hoy, 2024/25, China produce 3 veces la cantidad que fabrica Estados Unidos.

Para entender el efecto China en el mundo automotriz, observar el siguiente Grafico:

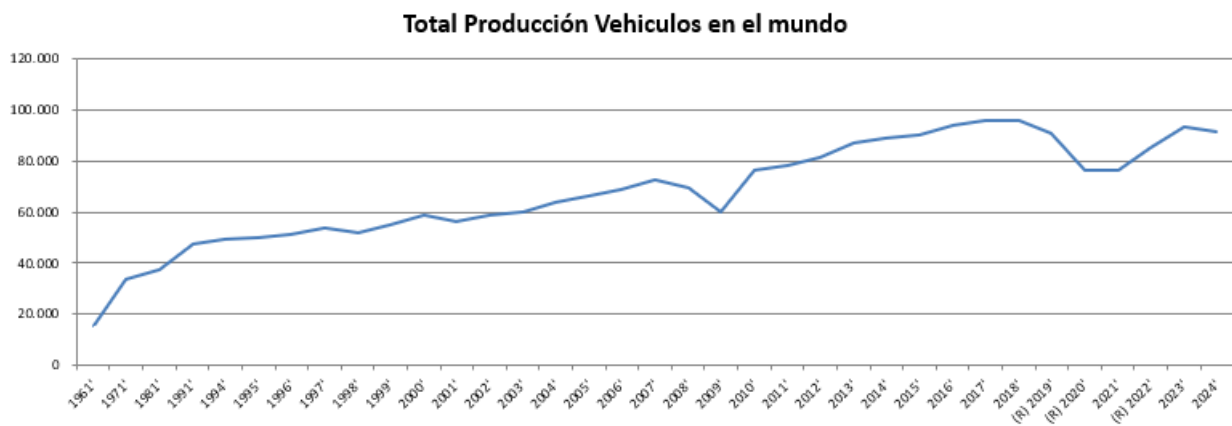


Gráfico 2

Los volúmenes producidos tienen un crecimiento constante, acompañando el crecimiento de la población mundial:



### Poblacion Mundial

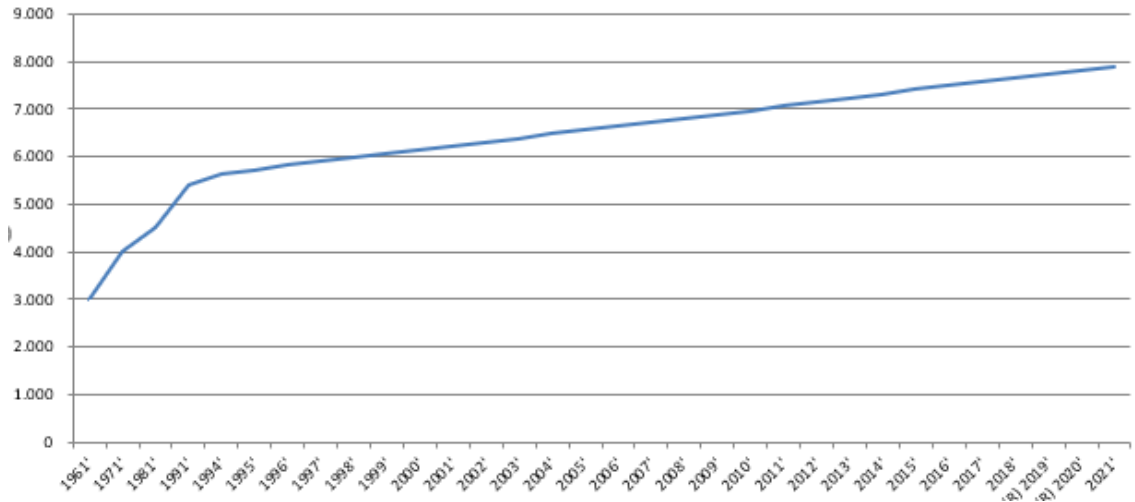


Gráfico 3

Analizando la evolución de producción de vehículos sin China, se puede observar que desde fines de los 80' no ha habido incrementos en los niveles de producción. Estos se mantienen constante.

### Total Producción sin China

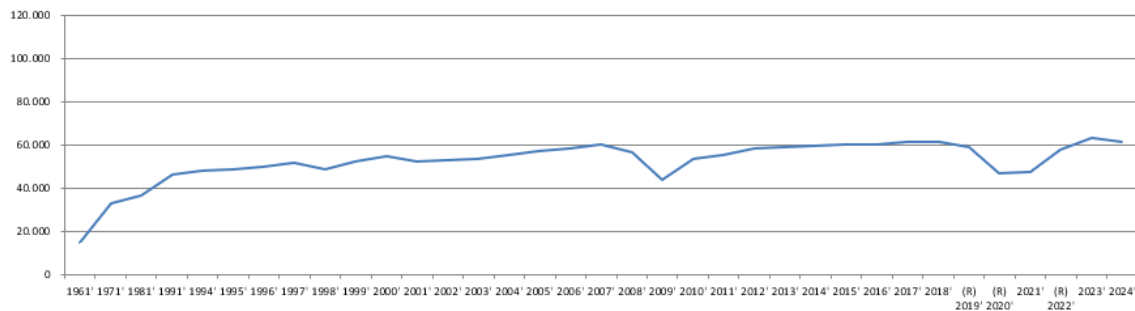


Gráfico 4

En el caso de Estados Unidos, quien históricamente y, por muchos años fue primer fabricante de vehículos, el crecimiento fue negativo en las últimas décadas

### Estados Unidos

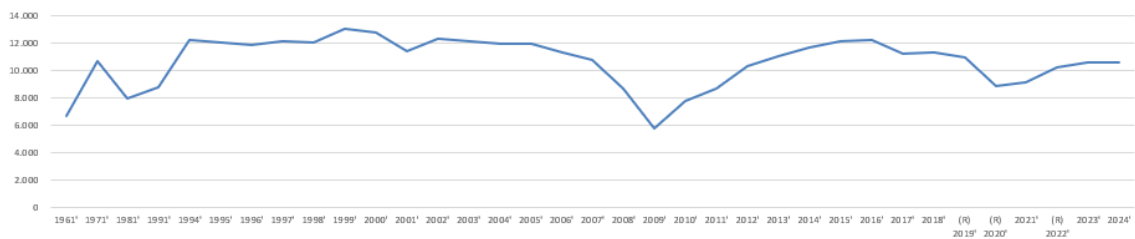


Gráfico 5

Comparando las evoluciones de los últimos años de los principales países fabricantes de vehículos, se observa de manera grafica la caída en unidades desde los años 2007/2008 en el resto de los países y, en contrapartida un crecimiento exponencial de China.

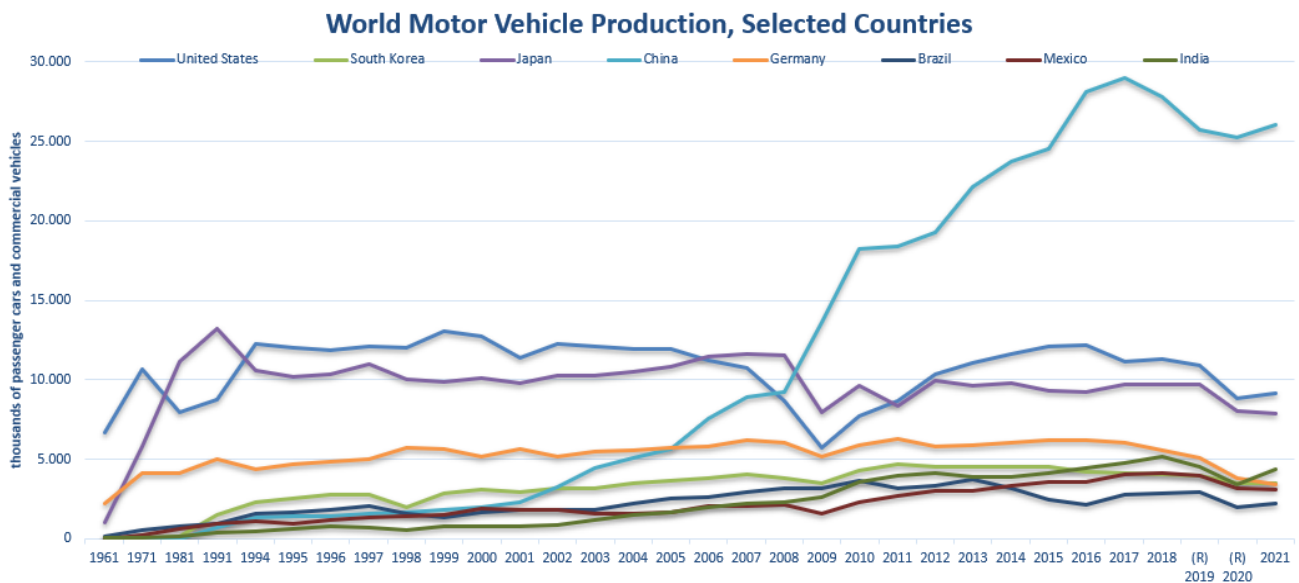


Gráfico 6

## 2. PRODUCCIÓN EN ARGENTINA

En el caso de Argentina si bien en 1907 se fabricó el primer vehículo de manera artesanal, durante el período bajo análisis, aquellos en los que se dieron los mayores volúmenes de producción fueron los comprendidos entre 2007 y 2016.

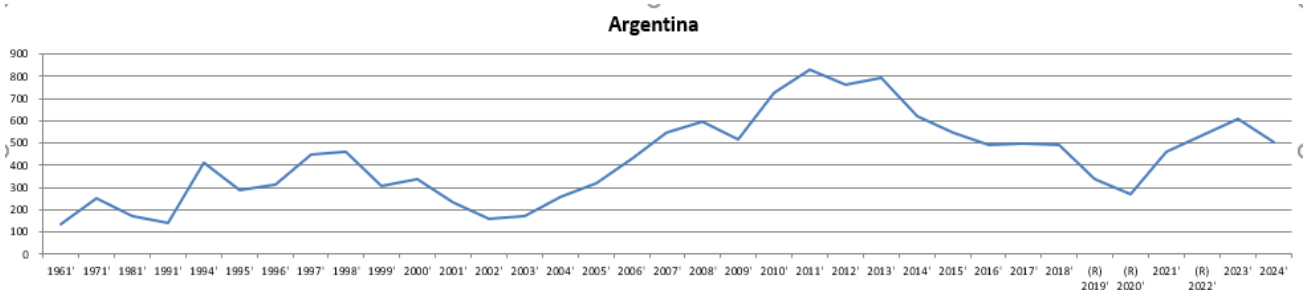


Gráfico 7

En 1961 la producción fue 136.000 unidades, en dicho año se fabricaban las marcas Dodge, General Motors, Citroën, Fiat, Renault, Peugeot y SIAM.

También en dicho año se inauguró la planta de Pacheco de Ford.

En 1973, se alcanza el primer récord de fabricación alcanzando las 293.742 unidades.

En el año 2002, se fabricaron el total de 159.000 vehículos, el 50 % menos que en 1973.

En 2011, la industria automotriz alcanza el récord de fabricación de 828.771 unidades, récord que sigue vigente desde dicho año.

La producción en Argentina aparenta haber encontrado cierto equilibrio de fabricación entre los 460.000 y los 600.000 vehículos, valores que se observan los últimos 3 años.

### a) PRINCIPALES HITOS A NIVEL LOCAL

1913	1916	1925	1951	1955	1975	1978	1979	1980	1987	1993	1995	1996	1997	2000	2007	2020
El 31 de diciembre se crea Ford Motor Argentina, primera sucursal latinoamericana de la marca del óvalo y cuarta en el mundo.	Julio Fevre y Cia. importa los primeros autos y camiones de la marca Dodge.	El 19 de enero se crea General Motors Argentina y a partir de marzo produce el Doble Phaeton Standard y el Doble Phaeton denominado "Especial Argentino".	6 de septiembre. Se funda Mercedes-Benz Argentina y al año siguiente inaugura su primera planta industrial fuera de Alemania.	Se funda Industrias Kaiser Argentina (IKA).	Renault compra todo el paquete accionario de la sociedad con IKA y se transforma en Renault Argentina S.A.	General Motors se retira del país.	Citroën Argentina cesa la producción en el país.	a) Volkswagen se radica en el país tras la compra del paquete accionario de Chrysler Fevre Argentina. b) Fiat y Peugeot se fusionan en SEVEL Argentina.	Se fusionan Ford Motor Argentina y Volkswagen Argentina en la sociedad Autolatina.	General Motors vuelve a producir en Argentina de la mano de CIADEA (ex Renault).	Se disuelve el joint-venture Autolatina. Ford y Volkswagen continúan sus operaciones en Argentina de manera independiente.	Chrysler retorna al país para producir la Grand Cherokee y el Ferreyra, Córdoba. c) 21 de marzo. Toyota inaugura su planta en Zárate y se convierte en la primera automotriz de origen japonés en producir en el país.	a) Citroën vuelve a producir en Argentina de la mano del grupo PSA (Peugeot). b) Fiat regresa al país y comienza a producir los modelos Siena y Palio en su nueva planta de industrial de Ferreyra, Córdoba.	Se fusionan Mercedes-Benz Argentina y Chrysler Argentina en Daimler-Chrysler Argentina SA.	Honda anuncia oficialmente sus planes de radicación en el país.	Honda anuncia oficialmente sus planes de radicación en el país.

## B. INVERSION Y DESINVERSION DE LA INDUSTRIA EN ARGENTINA

Cuando comenzó el siglo XXI (año 2001) el stock de inversión extranjera directa (IED) operando en Argentina (US\$79.504 millones) representaba el 26% del total en América Latina y el Caribe; pero hoy, el stock operando en nuestro país -en el último registro anual, en 2023- es de apenas 4% del total regional. Se trata de un porcentaje 84% menor. En el transcurso del siglo XXI el stock de IED en América Latina y el Caribe, medida en dólares estadounidenses corrientes, se multiplicó por diez; mientras (según Cepal) en Argentina no llegó a duplicarse nominalmente (hoy supone US\$130.302 millones)".

En el total regional en 2024 de stock de inversión extranjera hay dos grandes economías que cuentan con la enorme mayoría concentrada: Brasil es el mayor atractor, ya que cuenta hoy con 36% del total regional; mientras, México cuenta con el 25% de ese total. Chile cuenta con casi el 9%; Colombia computa casi 8%, Perú aloja algo más del 4% y -recién después- Argentina muestra 4% del total. A inicios del siglo, Argentina era la 3ra en este ranking que hoy la encuentra 6ta.

A pesar de los esfuerzos del gobierno por mantener la actividad y promover la industria, existe una gran brecha entre los socios del Mercosur.

La industria automotriz invierte en la Argentina un dólar por cada 12 que coloca en Brasil.

Desde que se creó el Mercosur en 1991 y se acordó un comercio compensado de autos entre la Argentina y Brasil, por cada dólar que las multinacionales automotrices invertían en Argentina; de cuatro a seis se destinaban a Brasil, la mayor economía latinoamericana.

Por la incertidumbre de los últimos años, en el año 2024 las multinacionales anunciaron aquí inversiones por US\$1.700 millones frente a 20.400 millones en el socio mayor del Mercosur. Anteriormente, la brecha entre los desembolsos en ambos países era la mitad del número actual.

### **C. ESQUEMA DE PRODUCCIÓN EN ARGENTINA**

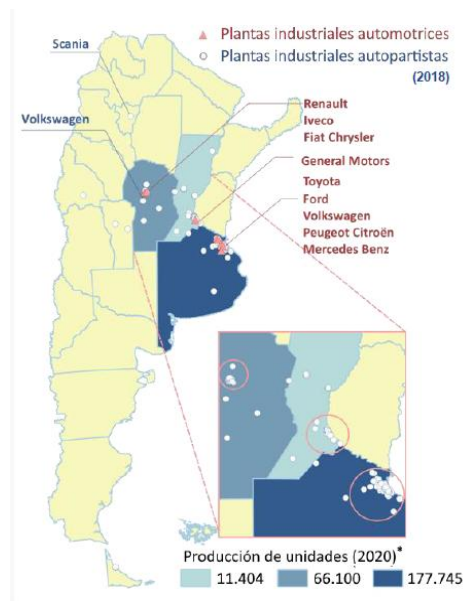
La matriz productiva Argentina cuenta actualmente con 10 terminales automotrices, 120 proveedores directos, 250 proveedores indirectos y, 2 plantas pertenecientes a automotrices que se dedican a la fabricación de sistemas (Transmisiones y otros).

En lo que se refiere a la distribución geográfica, se encuentran ubicadas, en su mayoría, en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.

La estructura industrial se encuentra estratificada en 3 líneas:

- Tier 3 – Fabricantes de componentes estandarizados – de poca complejidad, para abastecer a los proveedores y terminales, cualquiera sea el caso.
- Tier 2 – Proveedores de materia prima (acero, aluminio, polipropileno, fibras textiles) abasteciendo a las autopartistas.
- Tier 1 – Son las responsables de fabricar los componentes, basadas en los detalles técnicos de las terminales, y que abastecen a éstas.
- OEM – Que corresponde a las terminales – con 800 concesionarios en el país.

### ***Ubicación en el país de los principales actores de la Industria***



*Fuente: Informes de Cadena de Valor Año 6 – N° 56 Julio 2021 - Secretaría de Política Económica - Subsecretaría de Programación Regional y Sectorial*

Argentina es uno de los 40 países con capacidad de producir vehículos. Este sector representa el 10 % de la producción industrial del país (2024) con un impacto de casi 8.900 Millones de dólares anuales. Por otro lado, la industria genera el 6 % del empleo industrial registrado (2024) con 76.000 ocupados; siendo el segundo complejo exportador del país.

## 1. VENTAS Y EXPORTACIONES

Para completar el análisis de la producción y venta de vehículo en el país, es clave entender la matriz estratégica de Argentina, en la elección de modelos a producir.

### a) VENTAS POR TERMINAL

- **Toyota Hilux y SW4** - Volumen anual total: 170.000 unidades (2024)



- **Ford Ranger** – Volumen total 59.000 unidades (2024)



- **Nissan Frontier** – Volumen total 25.000 unidades (2024)



- **VW Amarok y Taos** – Volumen Amarok de 40.000 (2024) – Volumen Taos de 38.000 (unidades)



- **Renault Alaskan – Kangoo – Sandero** – Volumen Alaskan de 10.000 unidades (2024)



- **Fiat – Chronos** – Volumen 100.000 unidades (2024)



- **Peugeot – 208 – Partner – Berlingo** – Volumen 208 de 50.000 unidades (2024)



Lo que se puede observar es que la estrategia de la mayoría de los fabricantes de vehículos durante los últimos años ha sido la de focalizar su producción en los utilitarios livianos – Picks ups. Hoy alrededor del 60 % de los vehículos que se fabrican en Argentina corresponden a este segmento. Es decir, Argentina se ha posicionado estratégicamente en ese nicho, para abastecer de estos vehículos al país y a la región.

## b) EXPORTACIONES

Como fue mencionado en el apartado anterior, Argentina es reconocido como un país que adaptó su estrategia productiva a los vehículos utilitarios livianos. Esta definición le permite producir vehículos de mayor valor agregado, pero en volúmenes menores y, destinados mayoritariamente al mercado exportador. Asimismo, la cadena de suministros, los proveedores y escalas de fabricación están se adaptaron a los volúmenes que este tipo de vehículos requiere.

Como se puede verificar en el gráfico siguiente, Argentina exporta un promedio del 60 % de su producción:

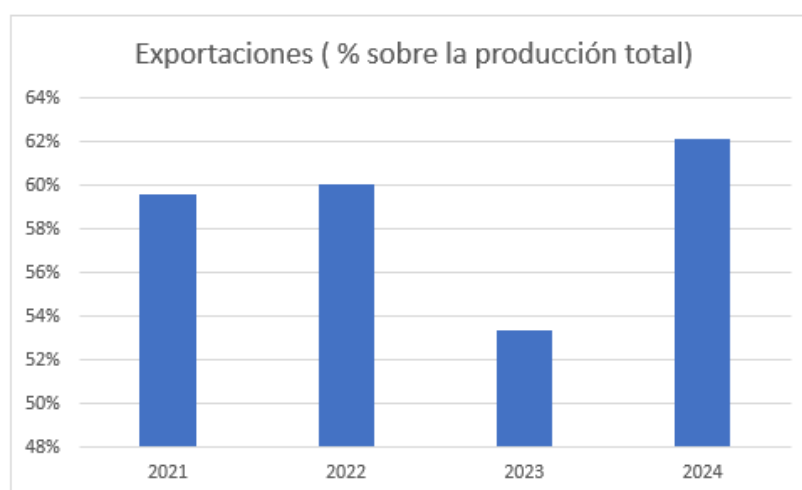


Gráfico 8

Los mercados de Argentina en el exterior están formados principalmente por Latinoamérica, siendo Brasil el principal destino de nuestras exportaciones.

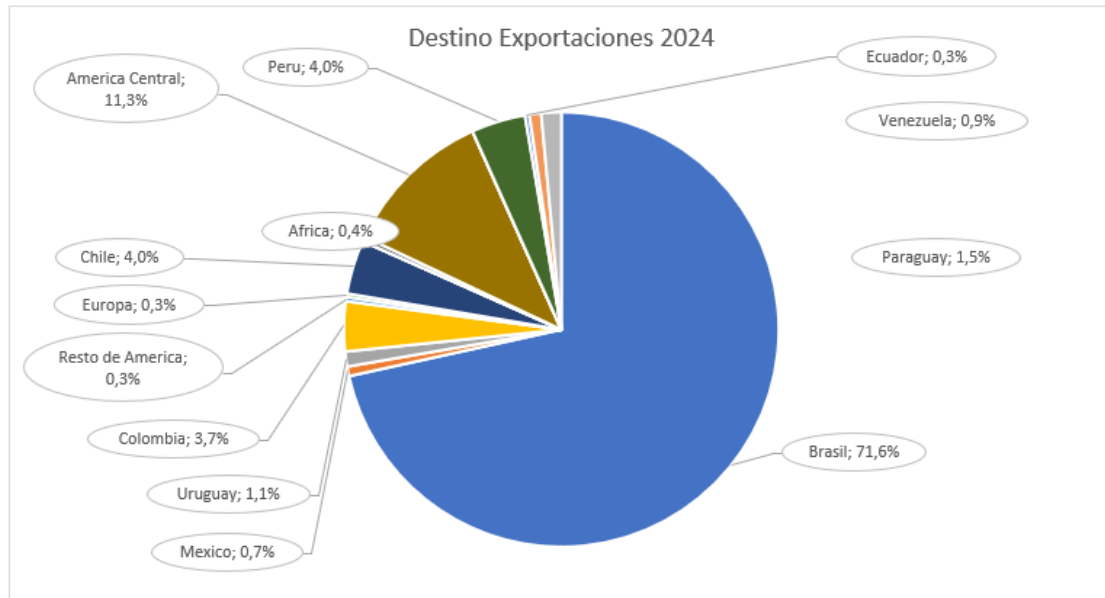


Gráfico 9

Además de tener un alto grado de dependencia de Brasil en lo que se refiere al mercado exportador argentino, cabe destacar que el resto de las exportaciones y, hasta llegar a un 99% del total, están destinadas a Latinoamérica.

Al momento, no se ha logrado ser suficientemente competitivo en términos de costos, como poder ofrecer nuestras producciones en mayor escala a los mercados de Europa, África o Asia.

En lo que se refiere al mercado local, solo el 40% de la producción se destina al mercado interno. Por lo cual, el 60 % de vehículos vendidos en el país son importados, principalmente de nuestro vecino país Brasil.



Gráfico 10

A modo referencial, a continuación, se detallan los principales modelos vendidos durante el periodo 2024:

Ventas Mercado Local 2024	Acumulado 2024	
Peugeot 208	29681	Nacional
Toyota Hilux	28988	Nacional
Fiat Chronos	28032	Nacional
Ford Ranger	22994	Nacional
Toyota Yaris	20862	Importado
VW Amarok	18360	Nacional
VW TAOS	13190	Importado
VW Polo	15904	Importado
Toyota Cross	15418	Importado
Resto	197028	

## VIII. CAPÍTULO 3

### A. EL ROL DEL ESTADO

#### 1. CASO ARGENTINO – MARCO NORMATIVO

La industria automotriz, como fue mencionó precedentemente, tiene un rol fundamental en la economía de Argentina y un impacto significativo tanto en la

generación de empleo registrado, el desarrollo industrial y un importante aporte en la balanza comercial.

Es por eso por lo que el gobierno ha promovido a lo largo de los años, diferentes iniciativas para promover e incentivar las inversiones que acompañen el desarrollo y crecimiento de la industria a nivel local.

Para mencionar las iniciativas más recientes a nivel gubernamental, durante 2024, el Gobierno Argentino lanzó un paquete de medidas para mejorar la competitividad del sector automotriz. Estas medidas buscan además de mejorar la competitividad, impulsar el crecimiento del sector.

Entre las medidas alcanzadas, se decidió mantener la exención de derechos de exportación para las exportaciones incrementales (a) que estaba vigente desde el año 2021. A partir de este beneficio, las empresas automotrices están eximidas del pago de derechos de exportación a partir del excedente de exportaciones respecto a las realizadas en 2020.

*(a) Las exportaciones incrementales, constituyen el mecanismo por el cual las empresas automotrices que aumentan sus exportaciones en comparación con 2020 pagan 0% de derechos de exportación por las ventas incrementales al exterior. Este mecanismo se encuentra vigente en la actualidad y mejora la competitividad en el mercado externo y aumenta las exportaciones del sector.*

Además, se trabajó en la sistematización y digitalización del régimen de Reposición de Existencias (Repostock (b)), una variante que permite importar mercaderías destinadas a la reposición de aquellas que, previamente importadas, luego de ser objeto de los procesos industriales, hayan sido exportadas. Esta variante de la importación temporal es clave para sectores como el automotriz y autopartista. La medida permite que los proveedores de las terminales vendan partes a las terminales sin aranceles e impuestos, lo que mejora la competitividad exportadora del sector automotriz. De esta manera, cae el costo de las autopartes nacionales con destino a exportación.

*(b) Este régimen busca mejorar la competitividad de las empresas argentinas en el exterior, mediante la eliminación de parte de los impuestos que pagan a los insumos importados. Establece condiciones y beneficios en la importación temporal de mercaderías para la industria y su posterior exportación para consumo.*

Estas medidas también permiten generar una rebaja de aranceles a matrices y moldes, bienes de capital que son utilizados por las automotrices, pero también por otros sectores. En este sentido, los aranceles de moldes de metal usados por la industria automotriz pasaron del 35% al 12,6%, mientras que los moldes de inyección plástica pasaron del 24% al 12,6%. Asimismo, a partir del 10 de junio del mismo año y a través de la Resolución N° Res. SIC 114/24 Acuerdo de reconocimiento Mutuo de Homologaciones Vehiculares entre Argentina y Brasil, se homologaron los ensayos de Licencias para la Configuración de Modelos (LCM) con Brasil. Esto significa que ya no es necesario duplicar aquellos ensayos que ya están reconocidos por el país vecino y viceversa. Hasta la fecha de entrada en vigor de la resolución, era necesario realizar ensayos en Argentina ya que no se reconocían las homologaciones hechas por Brasil. De esta manera, se simplifica y se aceleran los tiempos de evaluación de nuevos modelos de vehículos, lo que permite a las empresas acelerar el lanzamiento de nuevos modelos. A la vez, permite homologar modelos más rápidamente en el país vecino por lo que se espera un incremento de las exportaciones.

El acuerdo contempla, por ejemplo que, para el caso de los automóviles a combustión interna, hasta 16 requisitos de seguridad de los 21 que eran exigidos en nuestra legislación pasan a ser reconocidos en base a la homologación de Brasil. En tanto, en el caso de un auto eléctrico, se reconocen 17 de 22 requisitos.

El Estado ha tomado un rol activo en la materia, buscando promover y dar mayor competitividad y dinamismo al sector.

Otro antecedente reciente, fue la aprobación mediante el Decreto 281/2023 el Poder Ejecutivo de la Reglamentación del Régimen de Promoción de la Industria

Automotriz-Autopartista y su Cadena de Valor (Ley N° 27.686) con el objetivo de promover las inversiones en el sector automotriz, a partir de incentivos fiscales que se aplicaran sobre las inversiones a las que se comprometan los beneficiarios.

*Los objetivos primordiales de este régimen son los siguientes:*

1. La promoción de las inversiones en el sector automotriz.
2. El fortalecimiento de su cadena de valor.
3. La generación de puestos de trabajo de calidad.
4. El fomento de una mayor inserción internacional que fortalezca el perfil exportador.
5. El desarrollo de nuevos modelos y autopartes, con escala y competitividad.
6. El impulso a las nuevas motorizaciones-híbridos, eléctricos, a celdas de combustible (hidrógeno), a gas y biocombustibles, entre otras-.
7. La promoción, desarrollo y transferencia de nuevas tecnologías, conocimientos e innovación.
8. El cuidado del medioambiente; y
9. La mejora en la seguridad vehicular.

La misma ley establece cuestiones básicas y fundamentales para el logro de los objetivos planteados, estas incluyen: i) Declarar a la a Industria Automotriz-Autopartista como Industria Estratégica en la República Argentina; ii) Crear un Programa de Fomento a Nuevas Inversiones; iii) La creación del Instituto de la Movilidad.

El programa de fomento comprende las inversiones en bienes de capital nuevos y obras de infraestructura -excluidas las obras civiles ajenas al proceso industrial, conforme el alcance que precise la autoridad de aplicación- realizadas por empresas industriales radicadas en la República Argentina y destinadas directamente a la producción de los bienes y/o desarrollo de una gran cantidad, por no citar a la mayoría de las actividades vinculadas.

Se trata de una ley que busca promover inversiones en el sector automotriz y autopartista. Busca generar un aporte en términos de producción, empleo y exportaciones industriales, y apunta a impulsar eslabonamientos productivos de alto valor agregado en la industria. Contempla beneficios para las inversiones que se presenten hasta el 31 de diciembre de 2027.

Entre los principales beneficios, se encuentra la devolución anticipada del IVA; amortización en tres (3) cuotas anuales, iguales y consecutivas desde el período fiscal de su afectación, de los bienes muebles alcanzados por el beneficio; se fija hasta el 31 de diciembre de 2031 un derecho de exportación del cero por ciento (0%) a la exportación de los bienes producidos al amparo de los proyectos aprobados en el marco del presente régimen, así como a las exportaciones incrementales de los bienes mencionados en el artículo 6° en términos de su valor FOB, realizadas por cada exportador considerando como período base el año inmediato anterior.

**a) Régimen de Incentivo a las Grandes Inversiones (RIGI)**

Siguiendo los pasos del plan Mover de Brasil, el Gobierno Argentino, durante el mes de agosto, incluyó a las automotrices en el Régimen de Incentivo a las Grandes Inversiones (RIGI).

Las automotrices se encolumnan en el denominado Sector de tecnología, que abarca las actividades de producción de bienes y servicios tecnológicos, gracias a las “nuevas tecnologías de motorización”.

El beneficio, se sobreentiende que solo aplicaría para aquellos proyectos que incluyan alguna motorización híbrida o eléctrica.

Con la inclusión de la movilidad y nuevas tecnologías en motorización, **las automotrices estarán habilitadas a presentar proyectos de inversión por un mínimo de US\$ 200 millones** para acceder a los beneficios fiscales que otorga el régimen.

Sancionado dentro de la Ley Bases en el mes de junio 2024, el RIGI otorga estabilidad fiscal por 30 años, rebajas impositivas y otros incentivos como la posibilidad de no liquidar divisas en el MULC (Mercado Único y Libre de Cambios) a los nuevos proyectos de inversión, las automotrices quedan alcanzadas por el beneficio a partir de la reglamentación del régimen en el mes de agosto 2024.



Con la posibilidad del RIGI, las terminales aspiran a acelerar inversiones vinculadas con la renovación generacional de pick ups hechas en el país

Además del impacto del RIGI, la baja del impuesto país, es una señal positiva para la reactivación del mercado local.

#### b) **Expectativa por el efecto del RIGI**

Desde la reglamentación del régimen en agosto 2024, se generaron grandes expectativas en relación con las inversiones que podrían llegar al país. En esta línea las primeras inversiones, se vincularía con la radicación de una nueva plataforma en la planta de Renault en Córdoba para fabricar una pick up compacta, sucesora de la actual Oroch.

El Grupo Stellantis (dueño de Fiat, Peugeot, Citroën y Jeep, entre otras marcas) también analiza una inversión para la planta de Fiat en Córdoba, donde produciría una nueva pick up mediana con distintas marcas, según las especulaciones que manejan en la industria. Y de cara al nuevo ciclo inversor que le cabe a la Argentina por renovación de productos, en el sector mencionan el caso de Toyota, que debe avanzar con la nueva generación de su pick up Hilux producida en la planta de Zárate. Todo indica que la futura pick up incluiría una opción híbrida en su gama que le permitiría acogerse al RIGI.

Otras terminales como Ford –que desembolsó en 2023 US\$660 millones para producir la nueva generación de la pick up Ranger-, Nissan e incluso Volkswagen podrían también sumar tecnología híbrida a su oferta actual o negociar desembolsos para las nuevas generaciones de las pick ups que contemplen esa alternativa. El incentivo del RIGI, permitiría a las terminales locales una mejor negociación de inversiones con las casas matrices.

## **2. CASO BRASIL**

En junio de 2024 el gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva anunció que más de una decena de empresas invertirán en su territorio US\$ 20.400 millones, sobre todo a partir del plan MoVer, que fomenta la radicación de modelos eléctricos e híbridos.

Este programa que reemplaza al viejo Rota 2030, incentiva las inversiones en nuevas rutas tecnológicas y aumenta los requisitos de descarbonización del parque automotor brasileño, incluidos autos, buses y camiones, bajo la idea de contabilizar las reducciones de emisiones de carbono "desde el pozo hasta la rueda", es decir, a lo largo de todo el proceso. Así, buena parte de las empresas autorizadas hasta el momento por el gobierno están en el sector de autopartes.

Este plan implica el cobro de menos impuestos a quienes menos contaminen e incentivos fiscales para que las empresas inviertan en el país. Adicionalmente, en marzo de 2024, el presidente Lula firmó una ordenanza para conceder licencias a empresas del sector automotriz y créditos financieros para apoyar la descarbonización.

Los incentivos fiscales incluyen también la posibilidad de acceder a descuentos en el Impuesto sobre la Renta de Personas Jurídicas y en la Contribución Social sobre los Beneficios Netos (CSLL) por los productos y sistemas exportados desde el país. Las desgravaciones impositivas están relacionadas a la huella ambiental incorporando una novedad: el cálculo de las emisiones desde la fuente de energía hasta su consumo vehicular.

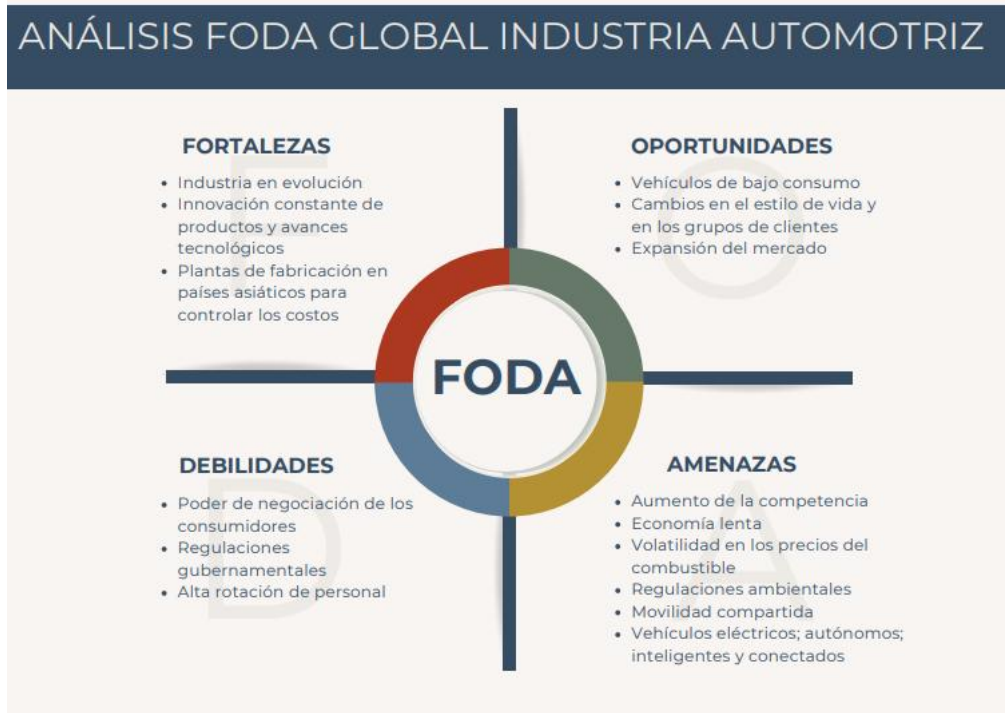
Esta situación es particularmente importante en el caso de Brasil, porque resulta ser un incentivo adicional al desarrollo de su matriz energética vinculada con la producción de etanol. El desarrollo industrial está orientado a las ventajas comparativas de la producción de etanol -derivado de la caña de azúcar-, fortaleciendo un círculo virtuoso de complementación productiva y ventajas comparativas.

A ello se suma que los automóviles eléctricos o híbridos fabricados en el exterior pagan desde enero un arancel de entre el 10 % y el 12 % -que subirá gradualmente hasta el 35 % en 2026- para poder desarrollar la industria en el país.

## IX. CAPÍTULO 4

### A. COMPETENCIA Y SEGMENTACIÓN

#### 1. ANÁLISIS FODA GLOBAL



A nivel global, la industria automotriz está experimentando una transformación significativa impulsada por los avances en movilidad eléctrica, conectividad y políticas regulatorias orientadas a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. El auge de los vehículos eléctricos (VE) y los vehículos inteligentes y conectados está transformando la demanda de los consumidores y los procesos de producción, lo que exige a los fabricantes adoptar estrategias innovadoras y mejorar las medidas de ciberseguridad para abordar desafíos como el acceso no autorizado a las estaciones de carga de VE. La globalización y la evolución de las cadenas de suministro, junto con la escasez de mano de obra y la necesidad de profesionales cualificados con habilidades avanzadas de fabricación, son fundamentales para sostener el avance industrial. A medida que la conectividad 5G se generaliza, mejorando los sistemas de control de vehículos y los sistemas de acceso sin llave, el papel de los fabricantes de chips y el capital humano se vuelve aún más crucial. Gestionar estos cambios, garantizando al



mismo tiempo una ciberseguridad sólida y una gestión eficiente de la cadena de suministro, será esencial para que la industria automotriz prospere en este panorama dinámico.

## 2. PRINCIPALES MARCAS CON PRESENCIA REGIONAL





## ANÁLISIS FODA FORD

### FORTALEZAS

- Fuerza laboral fuerte
- Sólida posición financiera
- Experiencia en fabricación
- Presencia mundial
- Calidad y fiabilidad
- Cartera de productos diversa
- Innovación y Tecnología
- Fuerte red de distribución y ventas
- Fuerte identidad de marca
- Sostenibilidad Ambiental

### OPORTUNIDADES

- Soluciones de movilidad sostenible
- Mejora de la experiencia del cliente
- Asociaciones y colaboraciones estratégicas
- Expansión a mercados emergentes
- Desarrollo de vehículos autónomos
- Adopte la transformación digital

FODA

### DEBILIDADES

- Problemas de red amplia
- Desafíos de percepción de marca
- Dependencia excesiva del mercado norteamericano
- Pensiones y atención médica heredadas
- Altos costos de producción
- Dependencia de las ventas de camionetas y SUV
- Falta de una cartera sólida de vehículos eléctricos
- Presencia limitada en mercados emergentes

### AMENAZAS

- Riesgos de ciberseguridad
- Competición feroz
- Regulaciones gubernamentales
- Fluctuaciones en los costos de las materias primas
- Cambios en los patrones de movilidad
- Preferencias cambiantes del consumidor

## ANÁLISIS FODA GM

### FORTALEZAS

- Fuerte legado y reconocimiento de marca
- Diversa cartera de productos.
- Inversión en I&D.
- Alianzas y asociaciones estratégicas.
- Capacidad de fabricación robusta.
- Compromiso con la sostenibilidad y responsabilidad social.
- Sólida posición financiera
- Presencia global
- Fuerte lealtad del cliente

### OPORTUNIDADES

- Ampliación de Oferta a los VE
- Inversión en tecnologías de conducción autónoma
- Construir alianzas de colaboración estratégica.
- Utilización de internet de las cosas (IoT) y tecnologías conectadas.
- Expansión a Mercados Emergentes.
- Aprovechar las tendencias de sostenibilidad
- Mejorar la experiencia del cliente a través de la transformación digital.
- Ampliación de los servicios de postventa y movilidad

FODA

### DEBILIDADES

- Dependencia del mercado norteamericano.
- Costos heredados y obligaciones de pensiones.
- Problemas de reputación
- Adopción lenta de VE.
- Altos costos de producción
- Dependencia excesiva de camionetas y todoterrenos
- Estructura de gestión burocrática

### AMENAZAS

- Creciente competencia
- Cambios tecnológicos rápidos y requisitos de innovación.
- Presiones regulatorias y ambientales.
- Incertidumbre económica y volatilidad de mercado.
- Interrupciones en la cadena de suministro y desafíos de abastecimiento.
- Cambios en las preferencias de los consumidores.
- Percepción pública negativa y desafíos de lealtad a la marca



#### Puntos en Común (Fortalezas)

- Todas tienen **gran poder de marca y presencia global**.
- Las cuatro están **invirtiendo fuertemente en electrificación y software**.
- Las **redes de distribución y capacidades de producción** son ventajas competitivas.

#### Puntos en Común (Debilidades)

- **Transición incompleta a VE**, especialmente Toyota y Ford.
- **Dependencia del mercado norteamericano** (Ford, GM).
- **Estructuras pesadas o legados financieros** (GM y Ford, en menor medida Toyota y Stellantis).
- **Desafíos organizacionales** (fusión en Stellantis, rigidez en Toyota).

#### Puntos en Común (Oportunidades)

- **Electrificación** es una gran área de crecimiento para todas.
- **Movilidad compartida y autónoma** es una apuesta común.
- **Expansión en mercados emergentes** (Asia, África, Latinoamérica) es una oportunidad aún subexplotada.

#### Puntos en Común (Amenazas)

- **Disrupción tecnológica y competencia china** afecta a todas.
- **Normativas ambientales y regulatorias** son presión constante.
- **Cambios en los patrones de consumo y propiedad** ponen en duda el modelo tradicional.
- **Escasez de materias primas y chips** como amenaza transversal.

Como conclusión del análisis comparativo de las 4 empresas, se evidencia que el panorama de la industria automotriz es extremadamente dinámico, con grandes oportunidades y amenazas compartidas por todas las marcas líderes. Toyota se diferencia por su fuerte base en calidad y eficiencia, aunque necesita acelerar en VE. Por su lado, Ford y GM están más alineadas con las tendencias digitales y de electrificación, pero aún tienen desafíos estructurales y financieros. Stellantis, aunque poderosa en escala y marcas, enfrenta un reto mayor en integración y consolidación de su presencia global.

### **3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO ARGENTINO**

La industria automotriz argentina es un sector altamente competitivo, caracterizado por una amplia gama de actores que compiten por participación de mercado. Entre los principales competidores se encuentran fabricantes tradicionales como Fiat, Ford y Volkswagen, así como nuevos participantes como Toyota y Renault. Este panorama competitivo se ve reforzado por las diversas relaciones entre estos competidores, ya que algunos participan en una feroz competencia directa, mientras que otros se centran en nichos de mercado o segmentos específicos de clientes.

En términos de segmentación, el mercado automotriz argentino suele dividir los vehículos por tipo (p. ej., sedanes, SUV, camionetas) y gama (económica, gama media, lujo). Cada segmento presenta diferentes niveles de demanda, y los SUV y los vehículos económicos suelen dominar el volumen de ventas. Esta segmentación también influye en las estrategias de precios, ya que los vehículos

de lujo alcanzan precios más altos en comparación con sus contrapartes económicas.

Un hito muy importante para la industria local y regional es el ingreso de vehículos chinos. Como ya mencionamos en los apartados anteriores, la escala de producción de vehículos es muy elevada, haciéndolos en términos de costos muy competitivos. A su vez, China ha apostado los últimos años a la innovación tecnológica para sus líneas de montaje, pudiendo observar líneas donde casi no se ven operarios, siendo totalmente automatizada.

El desafío para las automotrices tradicionales en Argentina, Mercosur y el mundo, será adaptarse a la nueva dinámica impuesta por china, a fin de poder mantenerse en el mercado. En Argentina aún no hay planes de empresas china de instalarse en el país, pero si en Brasil ya BYD está preparando una línea automotriz en el norte (explanta Ford) para comenzar con la fabricación en la región. Este hito marcará un antes y un después en el Mercosur.

#### **4. EL PERFIL DEL CONSUMIDOR**

En el año 2024 *Deloitte Development LLC* presentó el *Estudio Global del Consumidor Automotriz 2024*, donde analizó el comportamiento de los consumidores globales sobre 5 temáticas: 1) Electrificación de vehículos; 2) intenciones futuras en vehículos; 3) conectividad; 4) propiedad de vehículos vs movilidad compartida y, 5) suscripción de vehículos. En el mismo estudio se realiza un análisis sobre el consumidor argentino.

##### *Antecedentes:*

La firma Deloitte viene realizando este estudio desde 2010 y a lo largo de los años fueron arribando a diferentes conclusiones sobre la tendencia de los consumidores a nivel global:

*2010 - El valor general se clasifica como el factor principal al evaluar las marcas*

*2011 - La “tecnología de la cabina” y los diferenciadores basados en la experiencia de compra*

*2012 - El interés en los híbridos está impulsado por el costo y la conveniencia, mientras que el interés en la conectividad se centra en la seguridad*

*2014 - La movilidad compartida surge como una alternativa a la posesión de un vehículo*

*2017 - El interés en la autonomía total crece, pero los consumidores quieren un historial de seguridad*

*2018 - Los consumidores en muchos mercados globales continúan alejándose de los motores de combustión interna (ICE)*

*2019 - Los consumidores “frenan” el interés en los vehículos autónomos*

*2020 - Quedan dudas sobre la disposición de los consumidores a pagar por tecnologías avanzadas*

*2021 - Las ventas en línea ganan terreno, pero la mayoría de los consumidores aún quieren una experiencia de compra en persona*

*2022 - El interés en los vehículos eléctricos (VE) crece, pero preocupa el precio, la autonomía y el tiempo de carga permanecer*

*2023 - El cambio a los vehículos eléctricos se basa principalmente en una fuerte percepción de los consumidores de que reducirá significativamente los costos operativos de los vehículos.*

Este estudio es de utilidad para las terminales con el objetivo de priorizar y posicionar mejor sus estrategias comerciales e inversiones futuras.

Dicho informe es resultado de una encuesta, realizada de septiembre a octubre de 2023, en la que más de 27,000 consumidores de 26 países, entre los que se encuentra Argentina, expresaron su opinión sobre una variedad de tópicos que

afectan al sector automotriz, incluido el interés por los vehículos eléctricos, percepciones sobre marcas y adopción de tecnología conectada.

### a) TENDENCIA A NIVEL MUNDIAL

Dicho estudio arrojó cuatro **tendencias clave a nivel global**:

- ***La desaceleración del impulso de compra de vehículos eléctricos puede poner en peligro los plazos de descarbonización debido a las condiciones económicas mundiales inciertas.***

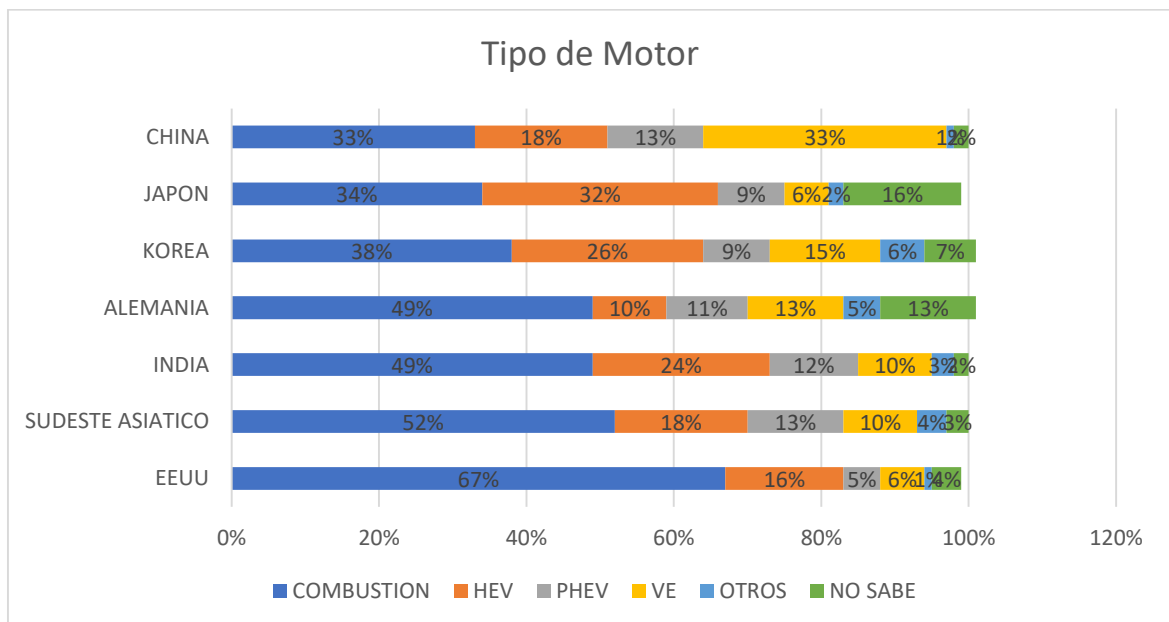


Gráfico 11

A nivel global, en orden de preferencia, los motivos para la elección de un vehículo eléctrico son los siguientes: i) Bajo costo del combustible; ii) preocupación por el medio ambiente; iii) bajo mantenimiento; iv) experiencia de manejo y en menor medida v) los subsidios y/o incentivos del gobierno.

Las altas tasas de interés y los elevados precios de venta al público pueden estar provocando que el interés de los consumidores por los vehículos eléctricos disminuya en algunos mercados. A pesar de los recortes de precios de los fabricantes de automóviles y los incentivos gubernamentales diseñados para

hacerlos más accesibles, una variedad de otros desafíos sigue impidiéndolos, incluida la ansiedad por la autonomía, el tiempo de carga y la disponibilidad de infraestructura de carga.

- **Un número significativo de consumidores estaría pensando en cambiar de marca de vehículo.**

Según el estudio, los países desarrollados son más fieles a las marcas durante el proceso de cambio de vehículos que en los países en desarrollo/emergentes.

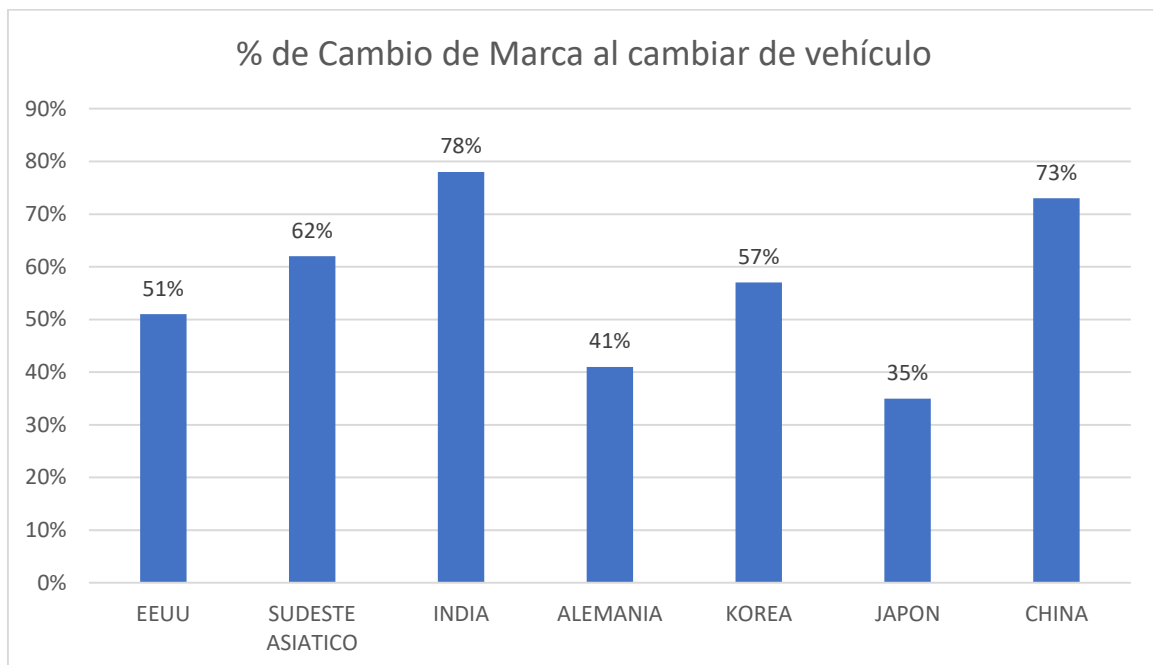


Gráfico 12

Una cantidad significativa de consumidores puede estar pensando en cambiar de marca de vehículo. El precio encabeza la lista de factores que impulsan la elección de la marca de vehículo para los consumidores en los mercados desarrollados, incluidos Alemania, Japón y Estados Unidos, mientras que el rendimiento del vehículo (China y Corea del Sur) y la calidad del producto (India) son los principales factores que tienen en cuenta los consumidores en otros mercados globales.

- ***Es probable que el interés en las funciones de conectividad no se traduzca, por completo, en ingresos y ganancias.***

El interés en las funciones de conectividad puede no traducirse completamente en ingresos y ganancias. Entre quienes están interesados en los vehículos conectados, existe un nivel relativamente alto de interés en las funciones que brindan actualizaciones sobre mantenimiento, seguridad vial y del tráfico y sugerencias de rutas más seguras. Sin embargo, la disposición a pagar más por tecnologías conectadas sigue siendo comparativamente baja en los mercados desarrollados.

- ***Los consumidores más jóvenes impulsan el interés en las suscripciones de vehículos, pero es probable que necesiten más información para abordar las preocupaciones que puedan surgir.***

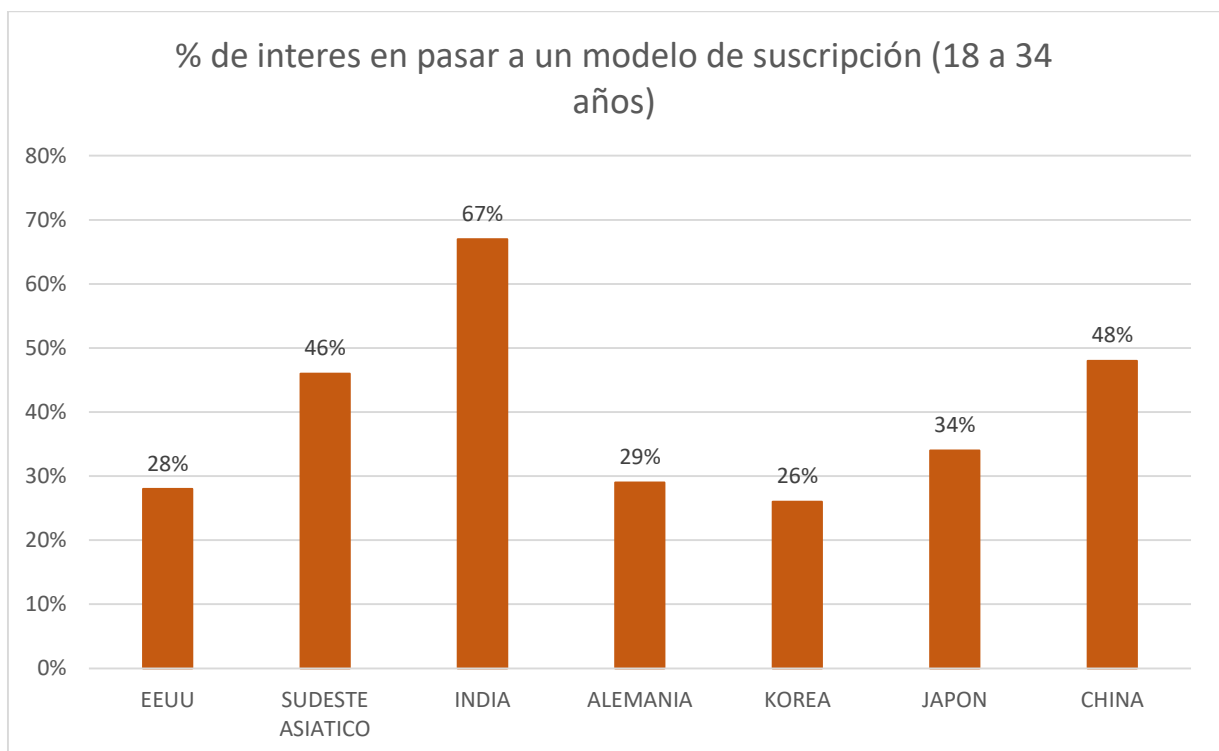


Gráfico 13

Los consumidores más jóvenes están interesados en las suscripciones de vehículos, pero puede ser necesaria una mayor educación para abordar las preocupaciones persistentes.

En el contexto de las condiciones económicas inciertas que generan preocupación por la capacidad financiera, un número significativo de consumidores más jóvenes en muchos mercados están al menos algo interesados en renunciar a la propiedad de un vehículo por completo en favor de un modelo de suscripción, pero persisten las preocupaciones sobre la disponibilidad de vehículos, el costo total de propiedad y la percepción de tarifas mensuales más altas.

## **b) EL CONSUMIDOR ARGENTINO**

El mismo estudio fue realizado sobre consumidores argentinos y, los resultados no necesariamente siguen la tendencia global.

- Electrificación de vehículos:

Las altas tasas de interés y los elevados precios públicos podrían estar causando que el interés de los consumidores en los vehículos eléctricos se suavice. A pesar de la afluencia de vehículos eléctricos chinos más asequibles, una variedad de otros desafíos continúa interponiéndose en el camino, incluida la disponibilidad de infraestructura de carga pública, el tiempo de carga y la falta de un cargador en el hogar.

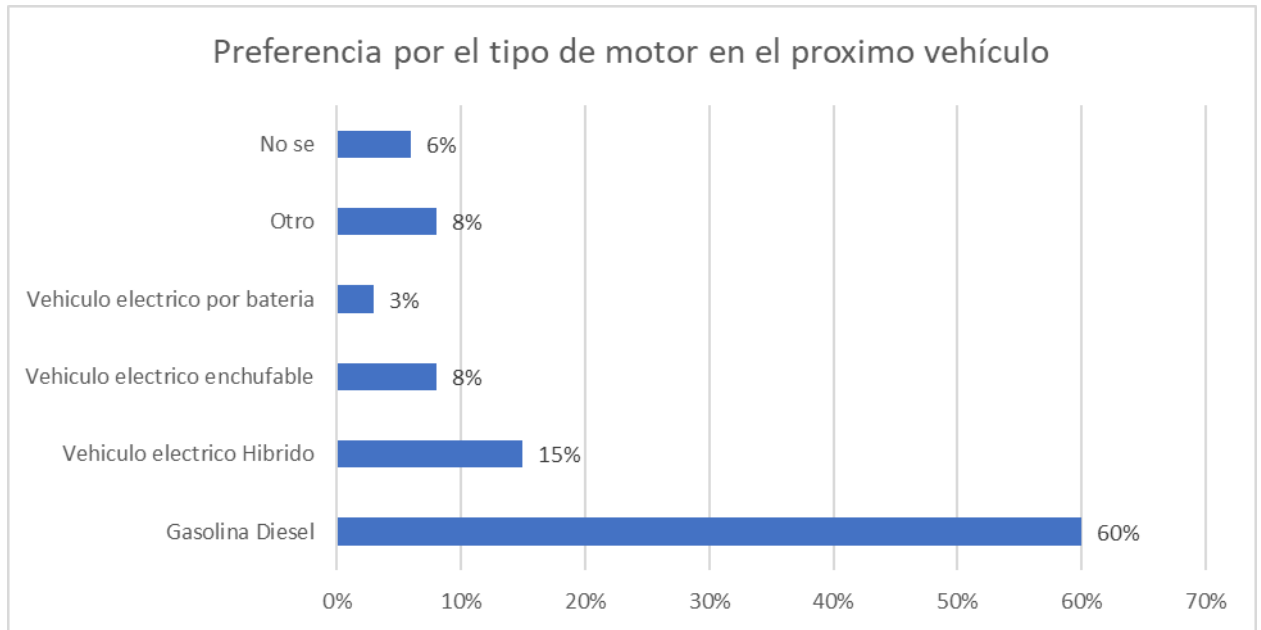
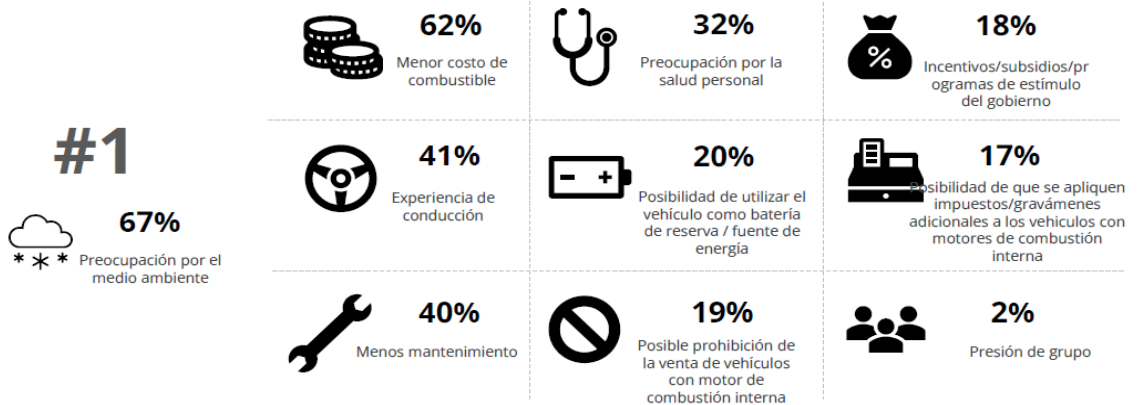


Gráfico 14

A diferencia de la mayoría de los otros mercados donde los costos de combustible más bajos son la razón principal para elegir un vehículo eléctrico, el principal atractivo en Argentina es una fuerte preocupación de los consumidores por el medio ambiente.

Razones para elegir un vehículo eléctrico para el próximo vehículo



La capacidad económica continúa siendo un tema crítico para la industria automotriz, ya que la mayoría de los consumidores aún esperan pagar menos de 12 millones de pesos por su próximo vehículo.

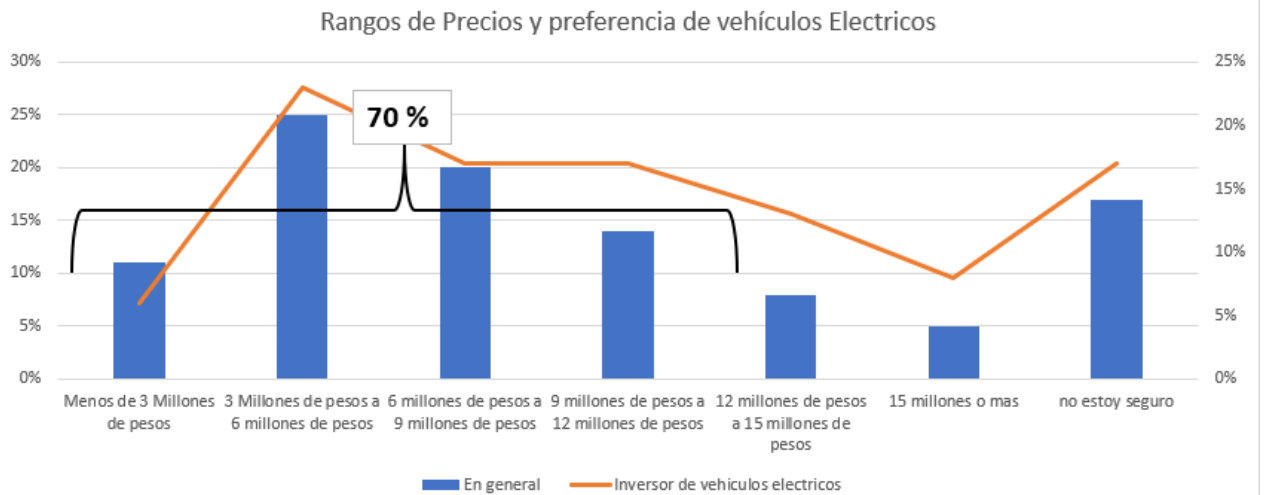


Gráfico 15

A diferencia de la mayoría de los otros mercados globales, la mayoría de los operadores de vehículos eléctricos de Argentina planean cargar su vehículo en estaciones de carga públicas, lo que enfatiza la necesidad de una infraestructura de carga sólida para impulsar la demanda general.

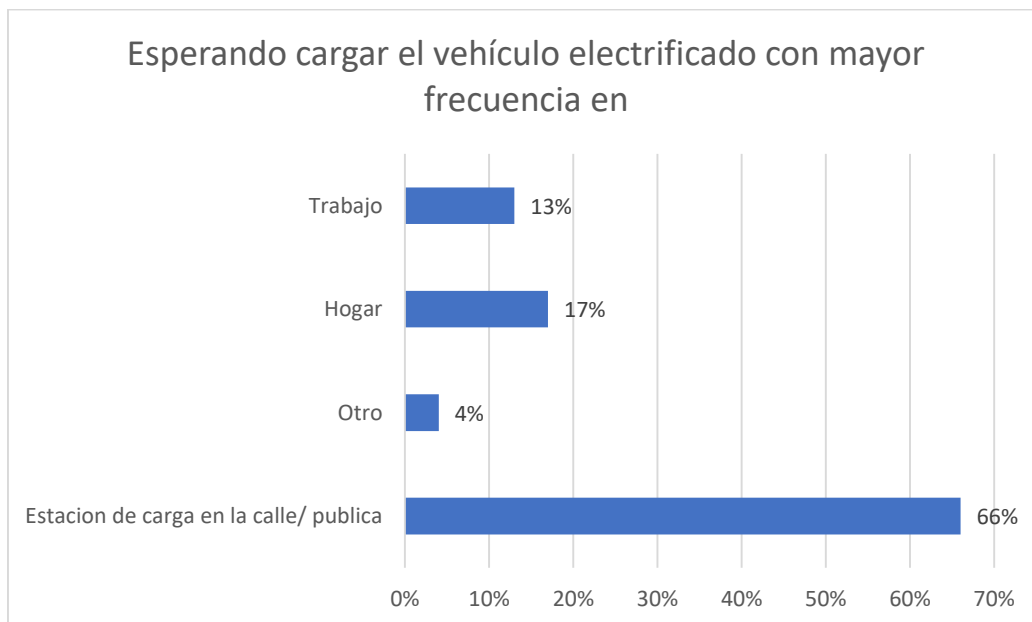


Gráfico 16

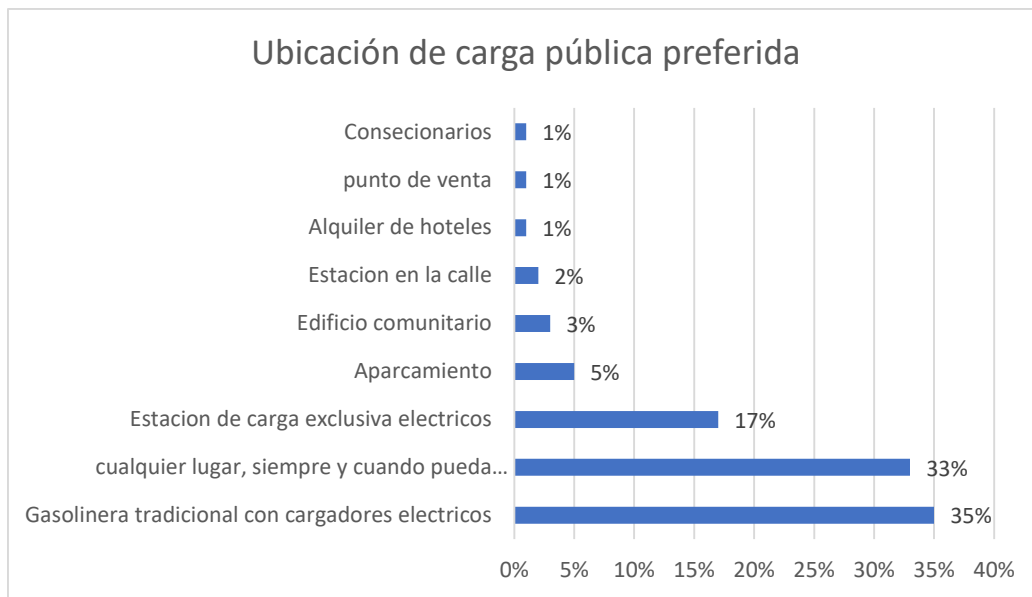
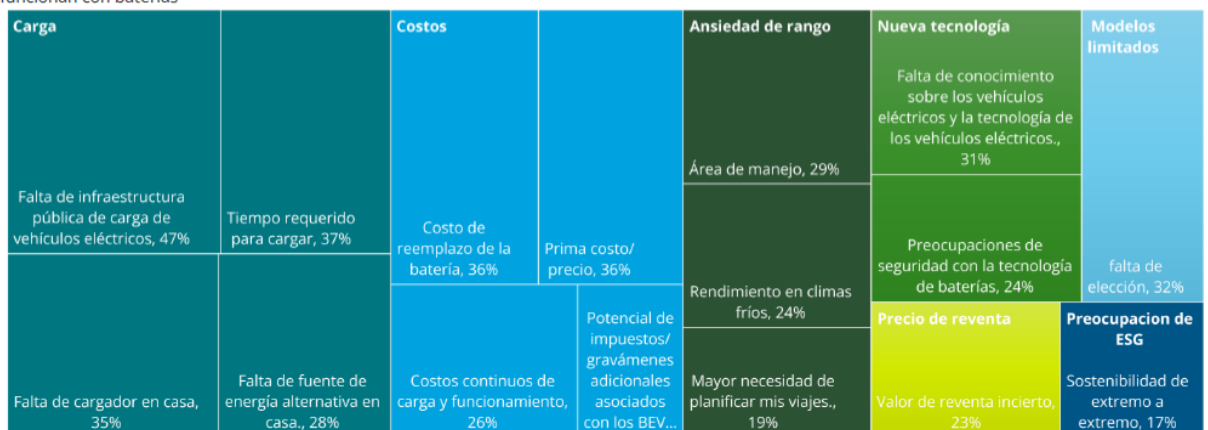


Gráfico 17

Más de un tercio de los consumidores encuestados citan el costo como el mayor obstáculo para la penetración de los VE, lo que subraya la necesidad de abordar los elevados precios de las transacciones. Las principales preocupaciones también están directamente relacionadas con la carga, un problema clave que los proveedores de movilidad deben resolver en el futuro.

La mayor preocupación con respecto a todos los vehículos eléctricos que funcionan con baterías



- Intenciones futuras en vehículos:

Las tres razones principales para tener la intención de cambiar de marca de vehículos de una familia de marcas de fabricante incluyen el deseo de probar

algo diferente, el deseo de obtener acceso a nuevas tecnologías/características y la actualización a una marca premium.

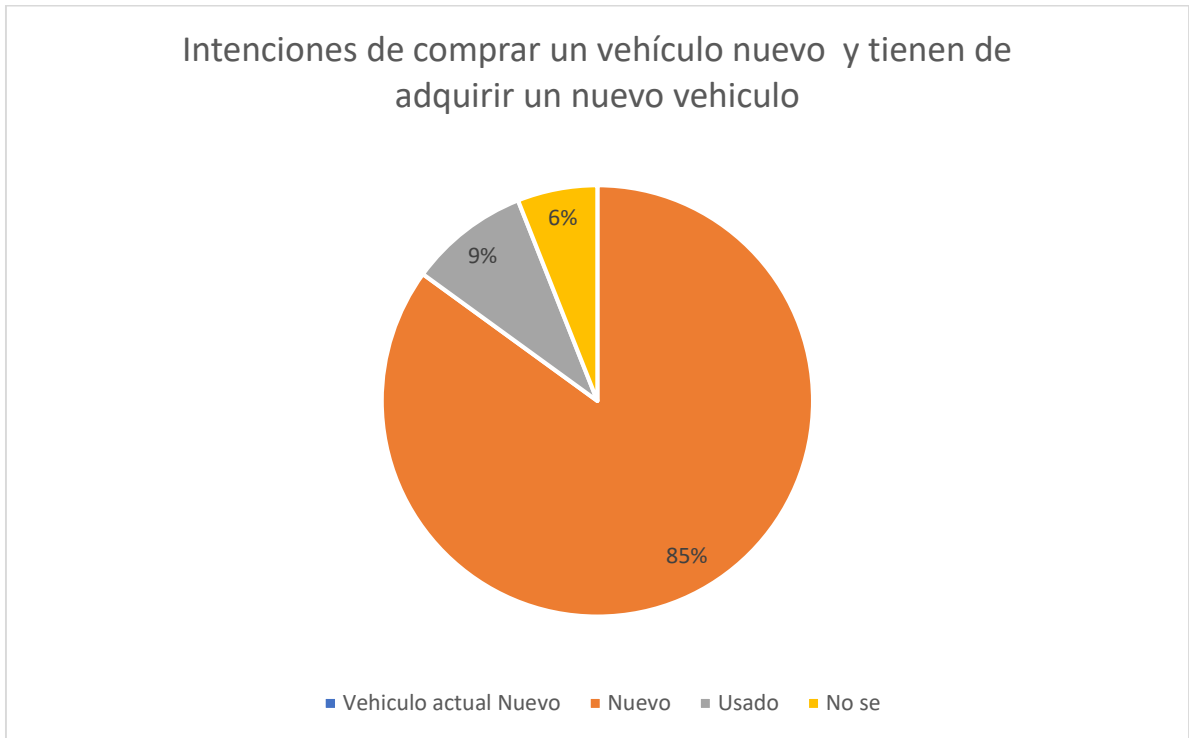


Gráfico 18

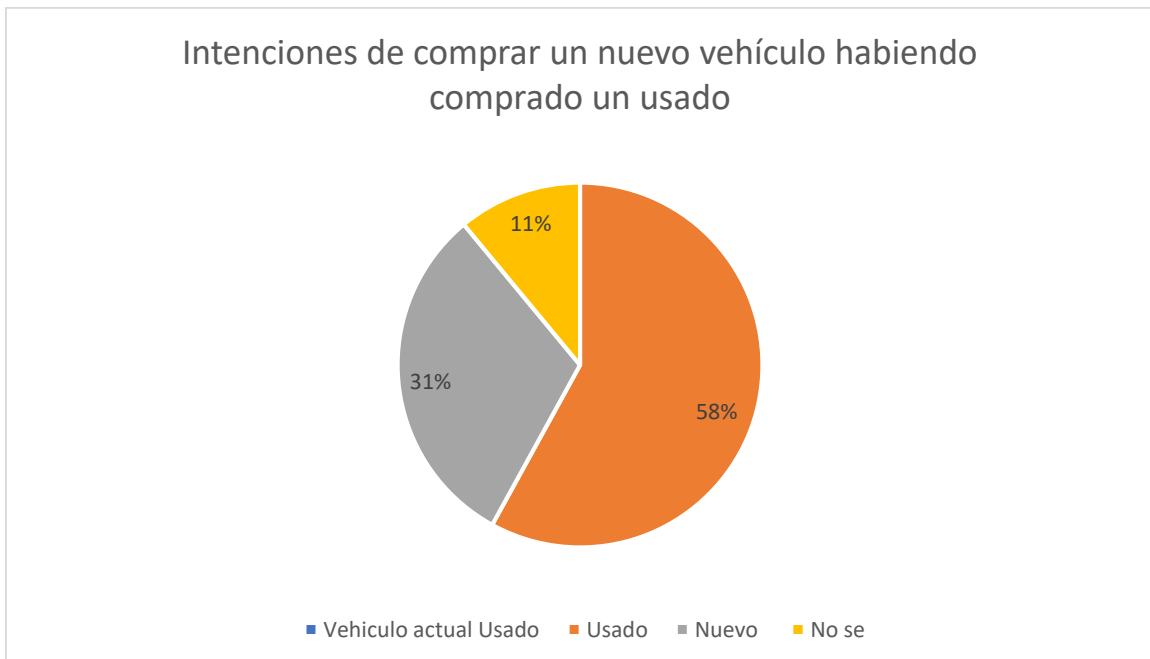


Gráfico 19

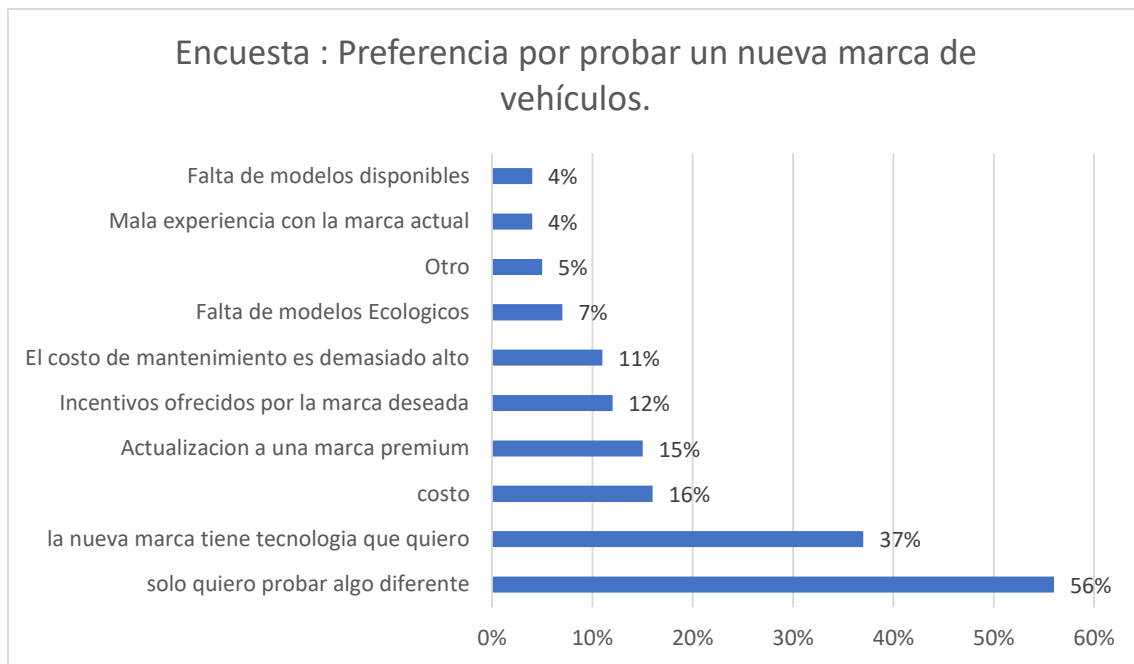


Gráfico 20

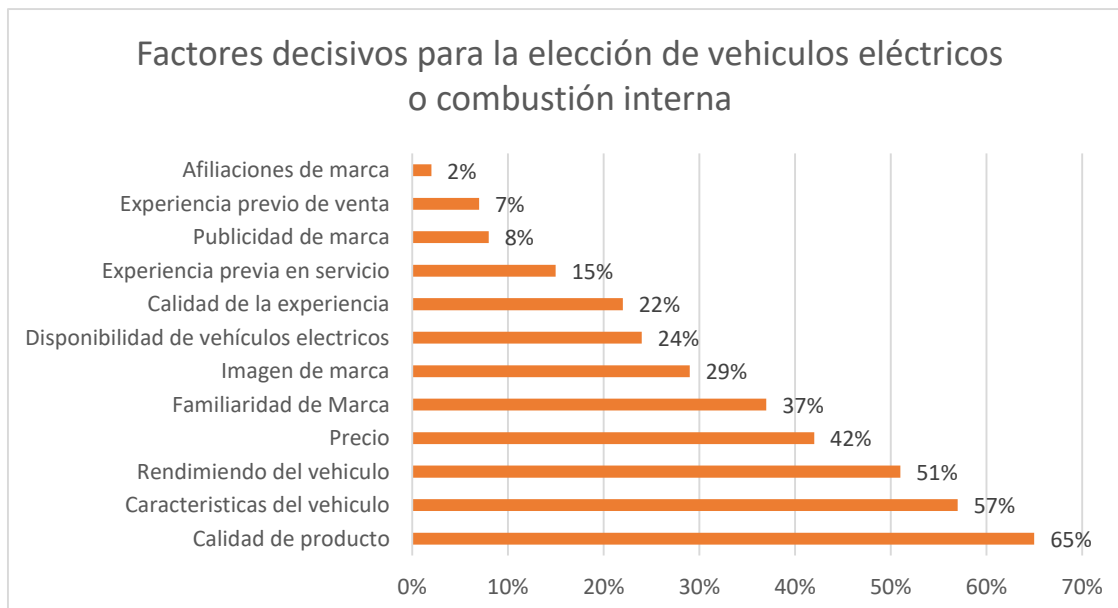


Gráfico 21

Al mismo tiempo, dos tercios de los consumidores creen que es importante/muy importante que las marcas de vehículos muestren un fuerte compromiso con las prácticas sostenibles, como el uso de materiales respetuosos con el medio ambiente y una baja huella de carbono en la fabricación.

En lo que respecta a la preferencia de los consumidores hacia las marcas nacionales y extranjeras, casi la mitad de los consumidores encuestados se conforman con cualquiera de ellas, siempre y cuando el vehículo satisfaga sus necesidades.

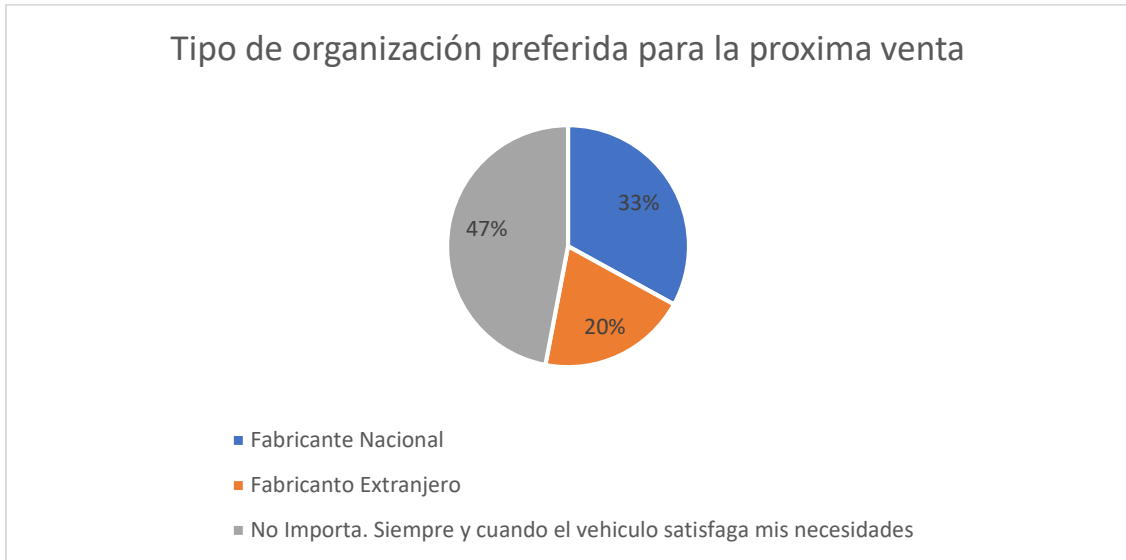


Gráfico 22

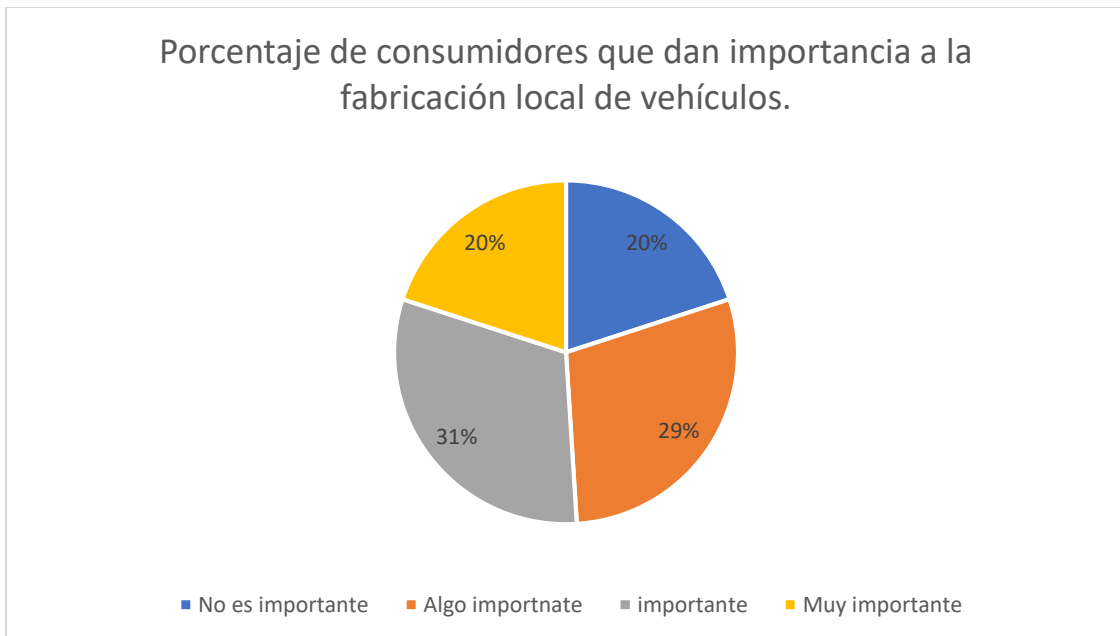


Gráfico 23

Una de las principales dificultades del mercado argentino, se vincula con la posibilidad de acceder a la compra de un vehículo. Más de la mitad de los consumidores planean financiar su próximo vehículo con un préstamo o un contrato de arrendamiento. Sin embargo, las expectativas sobre la duración de

los plazos preferentes de los préstamos pueden no estar sincronizadas con las realidades del mercado, dado el uso de plazos extendidos para mantener los pagos mensuales bajo control. La espera de la aprobación y la falta de transparencia son las partes del proceso de financiamiento que menos gustan a los encuestados que buscan un préstamo o arrendamiento.

- Conectividad:

Existe un nivel relativamente alto de interés de los consumidores en las características que proporcionan actualizaciones sobre el mantenimiento de los vehículos y la seguridad vial, junto con sugerencias para rutas de viaje más seguras. La disposición de los consumidores a pagar más por las tecnologías conectadas también es relativamente alta comparada con otros mercados.

Los consumidores están listos para compartir sus datos personales si les ayuda a obtener actualizaciones de mantenimiento y seguridad vial junto con sugerencias para rutas de viaje más seguras. Casi 4 de cada 10 consumidores también están dispuestos a pagar por estos servicios conectados.

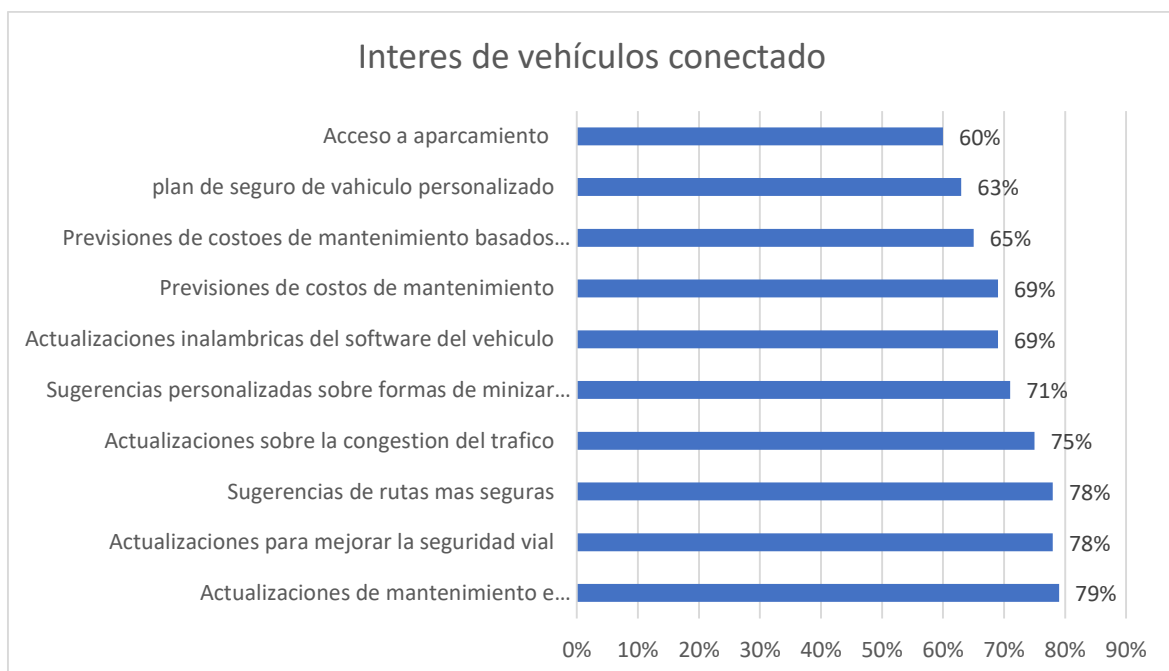


Gráfico 24



Gráfico 25

- Movilidad Compartida y suscripciones de vehículos:

En el contexto de unas condiciones económicas inciertas que preocupan por la capacidad financiera, un número significativo de consumidores más jóvenes están al menos algo interesados en renunciar a la propiedad de un vehículo por completo en favor de un modelo de suscripción, pero persisten las preocupaciones sobre la disponibilidad de vehículos, el costo total de propiedad, las tarifas mensuales más altas y la desconfianza general hacia el proveedor de suscripción.

Porcentaje de consumidores que cuestionan la necesidad de tener vehículos en el futuro debido a su uso del transporte compartido

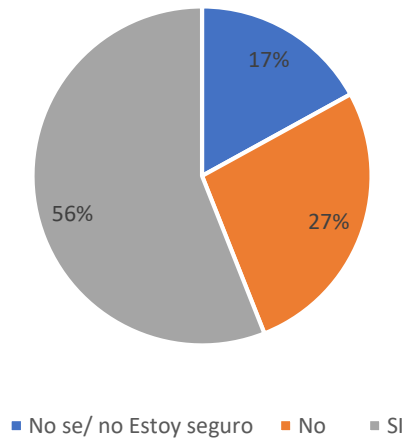


Gráfico 26

Nivel de acuerdo y desacuerdo sobre transporte compartido

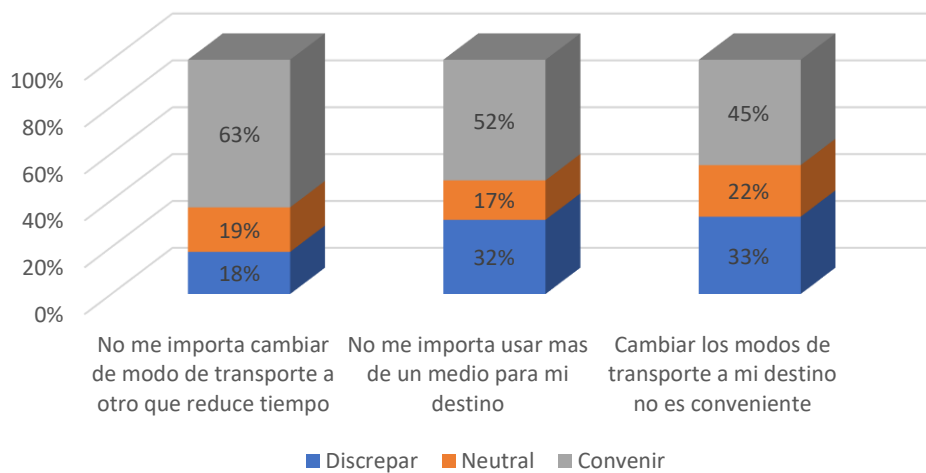


Gráfico 27

Solo un tercio de los consumidores conoce la movilidad como servicio (MaaS). Entre ellos, casi la mitad de los consumidores dijeron que MaaS está disponible donde viven, pero solo el 18% ha usado una aplicación MaaS.

Sin embargo, entre las personas que conocen la MaaS, más de la mitad (impulsada principalmente por consumidores más jóvenes y de mediana edad) muestra su voluntad de adoptarla como su principal modo de transporte en el futuro.

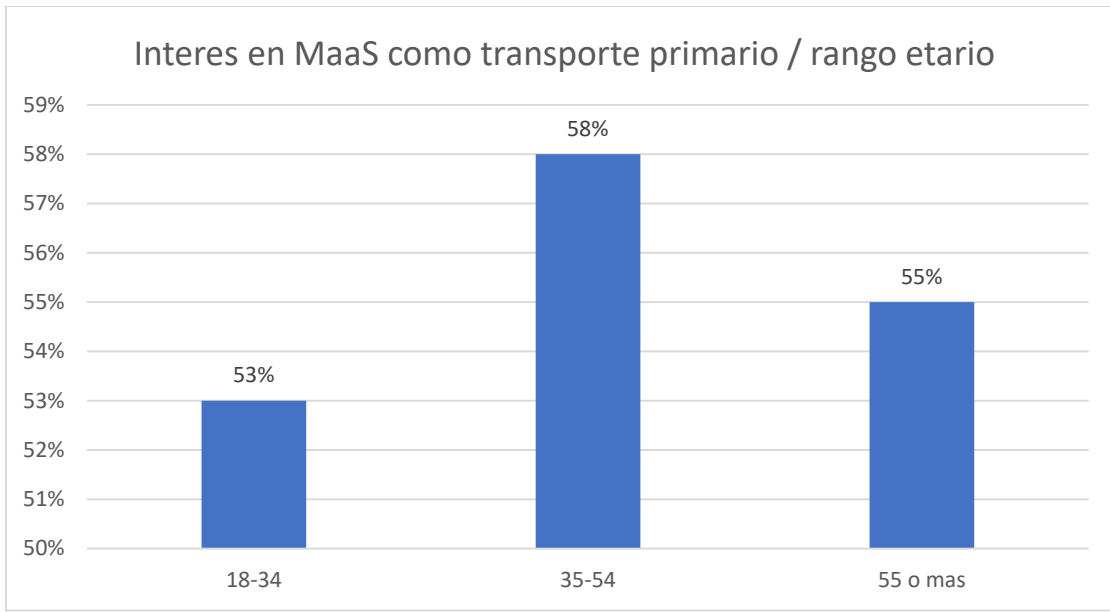


Gráfico 28

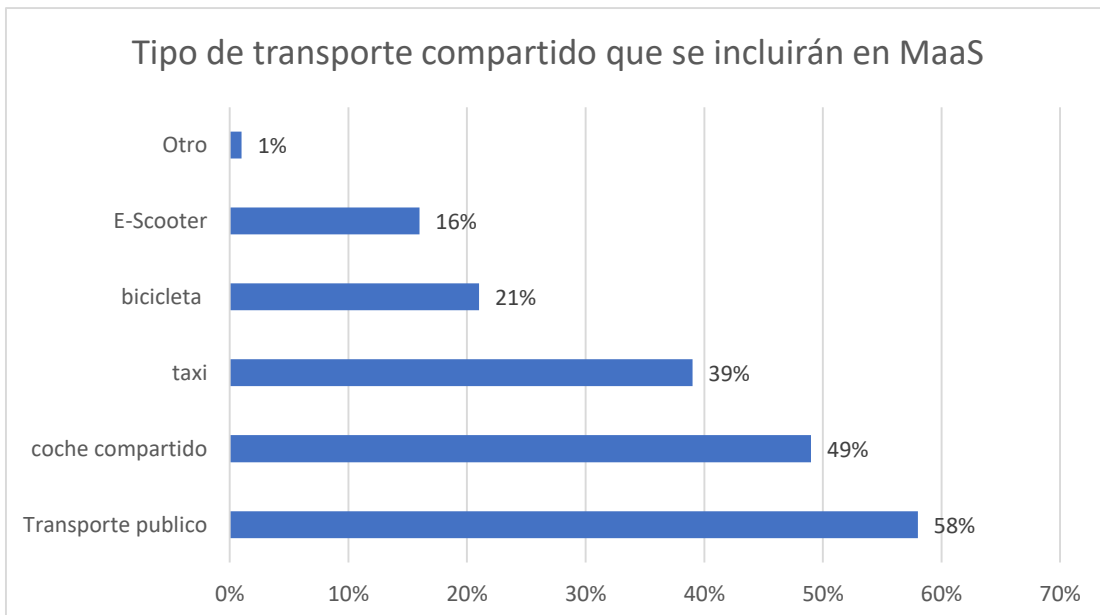


Gráfico 29

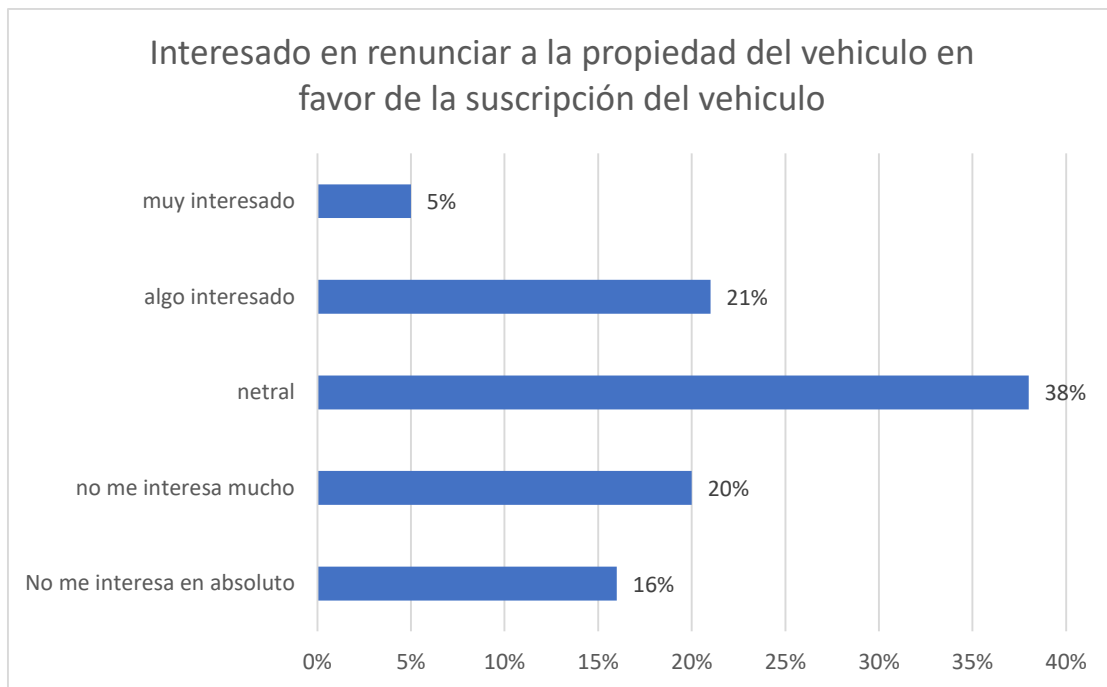


Gráfico 30

En general, una cuarta parte de los consumidores están interesados en renunciar a la propiedad de un vehículo en favor de un servicio de suscripción. Para estos consumidores, la comodidad, la disponibilidad de vehículos y la transparencia son las características más importantes.

Como conclusión de la encuesta de *Deloitte*, si bien para el consumidor argentino la principal motivación para migrar a vehículos eléctricos es el impacto que genera en el medioambiente. Tanto la posibilidad de acceder a un vehículo propio, por los elevados costos comparado con el resto del mundo y, la falta de infraestructura para asegurar la autonomía suficiente, son las principales barreras para el desarrollo de estas nuevas tecnologías.

Por otro lado, el consumidor argentino no se caracteriza por ser un cliente fiel a las marcas, lo que permite una mayor competencia entre los oferentes para atraer la atención de los clientes, a través de una mejor oferta de valor y un precio competitivo.

## X. CAPÍTULO 6

### A. DESAFIOS PARA LA ARGENTINA

Existen varios interrogantes de cara al futuro que pueden atentar contra la continuidad del desarrollo y la sustentabilidad en la industria:

- a. Situación Social – Evolución de las clases medias: La industria automotriz depende linealmente de las clases medias, quienes son los grandes impulsores del consumo de bienes durables. A comienzos del 2000 había en América Latinas 100 millones de personas ubicadas en ese nivel socioeconómico, hoy en día y producto de la movilidad social ascendente, ese número llega cerca de los 150 millones. Esto, a pesar de los vaivenes económicos de la región, ha significado una gran expansión. El gran interrogante es si ese crecimiento podrá continuar o tendera a estabilizarse.
- b. Mercosur – Existen varios puntos de disconformidad entre los miembros del Mercosur lo que está haciendo más relativo su peso estratégico. El hecho de que el Mercosur sea un mercado bastante cerrado hace peligrar, en el mediano plazo, la intención de los países en seguir perteneciendo. Argentina y Brasil, los dos más poderosos del sector, están buscando tímidamente alternativas para una mejor vinculación con Europa y Asia. Más allá de las estrategias individuales de sus miembros, es importante que el Mercosur defina asertivamente una estrategia que le permita continuar creciendo fuera de los miembros.
- c. China – Para la industria automotriz tradicional en todo el mundo el gigante asiático es una amenaza fuerte. Como también lo es para el Mercosur. Hoy hay planes de instalación de plantas chinas en Brasil. Está expansión es un riesgo para las automotrices en Argentina, ya que la escala en Brasil permitiría fabricar y atender el



mercado productivo de ambos países desde una única locación. Un escenario como el planteado pondría en una posición muy débil a las terminales instaladas en Argentina. Esta realidad se está materializando en Europa y Estados Unidos en la actualidad y se espera que en breve ese impacto se replique en Argentina y la región. Por otro lado, el hecho de incluir a China como socio, podría significar potenciar el crecimiento de otros sectores que permita mantener equilibrado el mercado. Si bien merece un capítulo entero “el efecto China”, son varios los interrogantes que se encuentran abiertos y se espera que Argentina encuentre la mejor combinación para no quedar aislada del mundo o perjudicada por los costos de China.

- d. El efecto Argentina – No es el objeto del presente trabajo hacer revisionismo histórico, pero nuestra política económica inestable, donde se suceden crisis cada 10 años, significa un riesgo y un condicionante para el desarrollo sustentable y sostenible de la industria automotriz y la atracción de inversiones a largo plazo, no solo para la industria automotriz, sino para la industria en general. Sería de esperar que en los años venideros y, con la estabilización económica, política y social, se den las condiciones como para asegurar 20 o 30 años continuos de crecimiento lento pero estable, lo que permitiría completar el desarrollo esperado de la sociedad y la economía de Argentina.

## **B. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Tal como se ha analizado a lo largo del presente trabajo, se evidencian desafíos muy importantes para la industria; especialmente para el mercado argentino. En el futuro cercano se vislumbra un cambio de tendencias en lo relativo a las energías alternativas a los combustibles fósiles y, la industria automotriz ya está formando parte de ese proceso de transformación a nivel global. Para el Mercosur y Argentina, se puede pensar en un proceso de transición de la matriz energética y de desarrollo mucho más lento que el esperado para otras regiones. La infraestructura necesaria para el desarrollo de estas nuevas tecnologías es muy deficitaria en la región y difícilmente se pueda adecuar a la cuota de auto eléctricos que las naciones centrales se han fijado para el año 2030.

Por otro lado, Latinoamérica y, en particular el Mercosur, conforman las regiones con menor grado de conflictividad social (no hay presencia de conflictos armados), a diferencia de otras regiones. Asimismo, muestran una tasa de natalidad y crecimiento poblacional equilibrado y una movilidad social ascendente de la población como gran parte de los mercados emergentes. Estas condiciones representan una gran oportunidad para que grandes inversiones se vuelquen en la región, agilizando cualquier proceso de cambio y desarrollo de la industria. La región cuenta con una enorme potencialidad en término de recursos alimentarios e industriales; como así también en términos sociales, lo que permite pensar en un futuro promisorio.

En la medida de que los gobiernos logren comunizar ideas que permitan una eficiente integración con el mundo, asegurando estabilidad y competitividad que permita aprovechar las ventajas globales.

En el caso particular de Argentina, a nivel gubernamental se están generando las condiciones para asegurar la estabilidad y un marco regulatorio y de incentivos a la inversión extranjera. Para que la industria termine definiendo inversiones a largo plazo en el país, se debe asegurar, además de estabilidad jurídica y social, una senda de crecimiento razonable y constante por al menos dos décadas.

Asimismo, además de las iniciativas gubernamentales en materia normativa para incentivar las inversiones (ejemplo: RIGI), se debe considerar que la industria automotriz representa: i) el 10% de la producción industrial del país; ii) el segundo complejo exportador y, iii) tiene el 6% de participación en el empleo formal registrado. Esto hace pensar que se trata de un sector industrial que será priorizado y acompañado en los próximos años.

En lo que se refiere a las recomendaciones. Se debería definir un perfil deseado global para toda la cadena en su conjunto, con una determinación del foco de especialización de Argentina y las necesidades concretas de la industria, teniendo en cuenta parámetros de calidad y condicionantes de seguridad.

A nivel de vehículos, el segmento de pick up seguirá siendo un eje clave, mientras que, en el caso de los automóviles, tendrán una mayor competencia regional (Brasil está captando de manera creciente nuevos vehículos medianos y utilitarios, así como modelos de alta gama y nuevas SUV). Ante esto una alternativa para la industria sería apuntar a desarrollar vehículos con alto valor agregado en las cuestiones de calidad y con mayor seguridad en la región.

Por su parte, frente a la alternativa de nuevas motorizaciones como vehículos eléctricos e híbridos, tecnologías desarrolladas y en producción en países centrales, será necesario tener una visión a futuro en la adecuación normativa y la definición de políticas de fomento para el impulso de esta actividad productiva y comercial en el país. Al respecto, Argentina cuenta con insumos estratégicos, como el caso del litio que se usa en las baterías de vehículos eléctricos, que pueden ser clave para el desarrollo de una política específica para fomentar estas cuestiones.

## XI. BIBLIOGRAFÍA

### DOCUMENTOS DE CONSULTA

- Secretaría de Planeamiento y Políticas, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, Presidencia de la Nación (marzo 2016): El futuro del Sector Automotriz en Argentina y el Mercosur (2025).
- Deloitte Development LLC (enero 2024): Estudio Global del Consumidor Automotriz 2024 - Principales conclusiones: Global Focus Countries.
- Deloitte Development LLC (enero 2024): Estudio Global del Consumidor Automotriz 2024 - Principales conclusiones: ARGENTINA.
- BBVA Research (diciembre 2022): Situación automotriz Argentina.
- BBVA Research (enero 2024): Situación automotriz Argentina.
- ADEFA (enero 2024): Informe industria 2023.
- Secretaría de Política Económica - Subsecretaría de Programación Regional y Sectorial, Ministerio de Economía (julio 2021): Informes de Cadena de Valor Ficha sectorial - Automotriz y Autopartes - Año 6 – N° 56.

### PAGINAS WEB CONSULTADAS

- SPEND EDGE: <https://www.spendedge.com>
- ADEFA: <https://adefa.org.ar/es/index.php>
- INFOBAE: <https://www.infobae.com/america/america-latina/2025/05/24/como-afecta-la-nueva-politica-fiscal-del-gobierno-de-lula-a-la-confianza-de-inversores-extranjeros-y-al-futuro-de-las-empresas-brasilenas/>
- LA NACION: <https://www.lanacion.com.ar/autos/las-automotrices-se-sumaran-al-rigi-que-inversiones-esperan-atraer-nid22082024/>
- SECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-114-2024-400364/texto>
- BOLETIN OFICIAL: <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/313237/20250523>