

# DIAGNÓSTICOS SECTORIALES

Octubre 2011

## Estudios Económicos Banco Ciudad de Buenos Aires

### **ECONOMISTA JEFE**

Luciano Laspina

### **ESTUDIOS MACROECONÓMICOS Y SECTORIALES**

#### **Alejo Espora (Coordinador)**

Esteban Albisu

Luciana Arnaiz

Nadina Bassini

Matías Carugati

---

#### **Prensa**

*Sarmiento 611*

*Ciudad Autónoma de Buenos Aires*

*República Argentina*

*Tel. (54-11) 4329-8717 • [prensa@bancociudad.com.ar](mailto:prensa@bancociudad.com.ar)*

---

EL PRESENTE INFORME NO PODRÁ INTERPRETARSE O CONSIDERARSE COMO UN ASESORAMIENTO PROFESIONAL PARA EFECTUAR DETERMINADA OPERACIÓN FINANCIERA. EL BANCO CIUDAD DE BUENOS AIRES, NI SUS DIRECTORES, AGENTES O EMPLEADOS SERÁN RESPONSABLES POR CUALQUIER PÉRDIDA O DAÑO, YA SEA PERSONAL O PATRIMONIAL, QUE PUDIERA DERIVARSE DIRECTA O INDIRECTAMENTE DEL USO Y APLICACIÓN DEL CONTENIDO DE ESTE REPORTE. PARA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL AGRADECEMOS CITAR LA FUENTE.

## INDICE

1) <u>Artículos para el Hogar</u>	2
2) <u>Industria Automotriz</u>	9
3) <u>Cuero y Manufacturas de Cuero</u>	22
4) <u>Edición e Impresión</u>	29
5) <u>Laboratorios Farmacéuticos</u>	37
6) <u>Petróleo, Gas y Combustible</u>	46
7) <u>Juquetes</u>	55

## 1) Sector: ARTÍCULOS PARA EL HOGAR

Analista a cargo: Lic. Luciana Arnaiz ([larnaiz@bancociudad.com.ar](mailto:larnaiz@bancociudad.com.ar))

### a) Fabricantes de artículos para el hogar

- ❖ La fabricación de artículos para el hogar en nuestro país está concentrada básicamente en la zona franca de la provincia de Tierra del Fuego y en las provincias de Córdoba y San Luís. El Régimen de Promoción Industrial de Tierra del Fuego, basado en desgravaciones impositivas significativas y ventajas aduaneras, incentivó la localización de gran parte de la producción de electrodomésticos y artículos electrónicos (televisores, microondas, celulares, aires acondicionados, etc.) en esa provincia. La actividad se corresponde más con el ensamble de piezas que, en su mayoría, son importadas. Pero no ocurre así en heladeras, cocinas y lavarropas, que sí son de producción nacional.
- ❖ La oferta presenta cierto grado de concentración, incluyendo la presencia de empresas nacionales (con marca propia o licencias de LG, Samsung, Motorola y Sony) y firmas internacionales. Algunas sobresalientes son BGH, New San, Radio Victoria, Frimetal, Longvie y Brighstar Fueguina.
- ❖ La particularidad de la fabricación local de estos bienes hace que la producción (con principal destino al mercado interno) se vea sensiblemente afectada por las fluctuaciones del ciclo económico, con sobrereacciones tanto a la baja como al alza.
- ❖ La fabricación de artículos para el hogar fue visiblemente beneficiada por la devaluación del peso, tras la crisis del año 2001. Se reabrieron plantas en distintas provincias, se incrementó considerablemente el número de productos ofrecidos, hubo importantes desembolsos de inversiones y se amplió la capacidad productiva. También se instalaron en el país nuevos jugadores internacionales.
- ❖ En el año 2008, sin embargo, se observó un quiebre en esta dinámica afectada por la inflación local, que comenzó a erosionar la competitividad de la fabricación de algunos productos, y por el contexto de crisis internacional, que también afectó la economía argentina. Pero a fines de 2009 y principios de 2010, la recuperación de la actividad económica y el lanzamiento de las promociones previas al mundial de fútbol impulsaron nuevamente las ventas y la fabricación nacional.
- ❖ El régimen de promoción industrial en Tierra del Fuego (Ley 19.640) continúa en su fase expansiva, con prórrogas para netbooks y notebooks en el esquema, así como la inclusión de modems y tablets. Incluso la producción de electrodomésticos “made in Argentina” ha incrementado su participación en el mercado. Entre el 80% y el 90% de las heladeras, cocinas y lavarropas vendidos durante 2010 fueron de fabricación nacional, y tras la sanción de la Ley 26.539 (impuesto tecnológico), el 60% de los celulares vendidos en el país se fabricaron localmente (contra el 4% previo), todo según cifras oficiales. El proceso productivo establece la secuencia de operaciones que deben cumplir los fabricantes para que sus productos acrediten origen en Tierra del Fuego y puedan acceder así a los beneficios del régimen (apropiación del IVA y 100% de exención en el Impuesto a las Ganancias).
- ❖ Los productores nacionales atienden principalmente al mercado local, y para hacer frente a la competencia externa el sector dispone de ciertas medidas de promoción y protección. En los últimos años se han implementado cupos a la importación de heladeras, cocinas, lavarropas y televisores, que han mutado a las actuales licencias no automáticas de importación, las cuales restringen sustancialmente el ingreso de productos brasileños.
- ❖ Se destaca el mercado de productos de gas (cocina, calefones), que es abastecido en más del 95% por la industria nacional, con una producción total estimada de 1,5 millones de unidades por año.

- ❖ El 2010 fue récord para la producción de artículos del hogar. La expansión del consumo, la promoción industrial y una sostenida sustitución de importaciones explicaron este crecimiento. Durante el año se produjeron 4,88 millones de celulares, 2,58 millones de televisores color, 1,11 millones de lavarropas, 756 mil heladeras, 725 mil cocinas, entre otros productos.
- ❖ Analizando los datos del primer semestre de 2011 (últimos disponibles), la producción de aires acondicionados y teléfonos celulares creció exponencialmente (250% aproximadamente), mientras que otros artículos para el hogar mostraron retrocesos (reproductores de DVD, lavarropas y secarropas, calefactores).
- ❖ Hay que destacar el proceso de inflación de costos en dólares, como ser salariales, energéticos, logísticos y comerciales (alquileres), que actúan como un factor negativo sobre las decisiones de producción que seguramente continuará ganando protagonismo a lo largo del año.
- ❖ El Mercosur concentra la mitad de las ventas argentinas de artículos para el hogar al exterior, en particular electrodomésticos (Brasil es el principal comprador, abarcando un 22%). Le siguen Chile y Venezuela con el 9% y el 4% de las ventas externas sectoriales cada uno. Las exportaciones totales del rubro al mes de junio de 2011, crecieron un 25% respecto al primer semestre de 2010.
- ❖ En cuanto a las importaciones, continúan en alza a pesar de la mayor producción local, lo que se atribuye a una creciente demanda (que no logra ser cubierta por la oferta nacional) y a las innovaciones tecnológicas. Así, las importaciones crecieron 14% en el acumulado a junio.
- ❖ Se destaca el incremento en la importación de transmisores de radio y televisión y de aparatos de telefonía, que abarcan el 57% de las compras externas y ascendieron un 20% durante el primer semestre del año. El principal país de origen es China con el 32%, seguido por Brasil (incluyendo la zona franca de Manaus) con el 25% y México con el 6%.
- ❖ El saldo comercial de estos artículos es crecientemente deficitario. El déficit se incrementó un 24% durante el 2010 y un 13% al mes de junio de 2011, llegando a un rojo de usd 1.773 millones.
- ❖ La producción local aún no logra alcanzar los estándares tecnológicos de mayor valor agregado para su posterior exportación, además de que la demanda exige una oferta cada vez más sofisticada. La mayor parte de las inversiones registradas o anunciadas en el último tiempo persiguen como objetivo, además de satisfacer la demanda interna, producir un saldo exportable, requisito exigido por el gobierno nacional para poder importar determinados productos de electrónica. Si bien esta medida es controvertida, ha promovido exitosamente la fabricación de tecnología hogareña en el país. Algunos ejemplos se citan a continuación.

#### *Anuncios de Inversión:*

- ❖ La provincia de Tierra del Fuego acumula importantes inversiones desde la sanción de la nueva ley de impuestos internos para los productos electrónicos. Entre las principales marcas que anunciaron proyectos de inversión en la isla se encuentran BGH asociada con Positivo, de origen brasileño (que invertirá USD 50 millones en 2011 para aumentar la producción en Río Grande), Brightstar (celulares y a partir de 2012 también tablets y notebooks) y Newsan que fabrica y comercializa en el país las marcas Sanyo, Noblex, Atma, JVC, Braun, Lenovo (recientemente agregada), Kodak (a partir de este año) y WII entre otras. Noblex planea una inversión de \$47,8 millones para capital de trabajo y activos fijos que expandan su planta de Ushuaia. Radio Victoria, asociada con el grupo chino TCL, anunció un proyecto de \$40 millones para fabricar la primera línea de televisores de LCD y LED e incursionar en el negocio de los celulares. IATEC, instalada en Río Grande, solicitó mayores cupos para desarrollar televisores, audio, aire acondicionados, microondas y monitores para las marcas Carrier, LG y Whirlpool. A su vez, cerró un acuerdo con Nokia para producir teléfonos celulares de gama media y alta.

- ❖ El fabricante de BlackBerry comenzará a fabricar localmente el modelo estándar en Tierra del Fuego para así poder saltar las barreras comerciales gubernamentales que no le permiten importar artículos de la marca. El anuncio se llevó a cabo en el mes de septiembre de 2011 e involucra una inversión de USD 23 millones.
- ❖ Asimismo, Garbarino anunció un plan de trabajo para fabricar tablets para diferentes marcas en esa provincia, a través de su filial Tecnosur y la ampliación de los productos para Samsung, que ahora incluyen celulares, en su planta Digital Fueguina.
- ❖ También en Tierra del Fuego, Toshiba prevé comenzar a producir aires acondicionados y calefactores a través de Carrier, en su nueva planta de Río Grande. Invertirán entre USD 1 y USD 1,5 millones para hacer los equipos Toshiba. Las proyecciones hablan de un crecimiento de 10% en la cantidad de unidades que absorberá el mercado este año. Este rubro del mercado de artículos para el hogar esta muy cercano a convertirse en producción 100% nacional.
- ❖ En cuanto a la producción específica de computadoras, se encuentran en marcha inversiones por \$ 428 millones, que involucran 13 proyectos presentados por empresas radicadas en Tierra del Fuego para producir un cupo de 6,9 millones de unidades.
- ❖ Hewlett Packard también comenzó a ensamblar sus notebooks en el sur del país, asociada con Newsan. Invertirá USD 12 millones en equipamiento productivo e inmuebles en Tierra del Fuego, para sustituir importaciones por USD 71 millones en una primera etapa.
- ❖ La firma sueca Electrolux adquirió en Chile la Compañía Techo Industrial (CTI), controlante de la filial local del grupo Frimetal, que produce y comercializa heladeras, lavarropas y cocinas de la marca Gafa en Rosario, Santa Fe. Electrolux asumió el compromiso de reanudar las exportaciones de estos productos de línea blanca hacia Brasil, luego de quince años de que no se logre ingresar producción nacional de esas características a ese país.

#### **b) Grandes cadenas de comercialización y pequeños comercios y cadenas medianas**

- ❖ El sector de comercialización comprende distintas clases de operadores, incluyendo las grandes cadenas (Garbarino, Frávega, Red Megatone, Ribeiro, Hiper Rodó), junto con las cadenas medianas y pequeños comercios. También es relevante la participación de los hipermercados que venden artículos del hogar, como un negocio complementario a su actividad principal.
- ❖ Las grandes cadenas poseen una buena posición para negociar con sus proveedores e incluso algunas producen en Tierra del Fuego marcas propias o terceras marcas. También poseen centros de logística y un manejo del negocio muy eficiente.
- ❖ Las cadenas medianas o pequeñas, en tanto, comenzaron a emplear la modalidad de “pools” de compra de mercadería a precios más bajos, con el fin de reducir sus costos de aprovisionamiento.
- ❖ Las empresas de ventas de electrodomésticos, si bien no aumentaron su cantidad, sí se expandieron a través de la instalación de más locales. Entre el año 2007 y el 2011 la cantidad de locales de venta de electrodomésticos se incrementó un 37%, alcanzando los 1.050. Y durante el 2011 se sostiene esta cantidad (1.053 locales al mes de junio).
- ❖ La concentración en este tipo de comercios es alta, dado que alrededor de 7 empresas (de las 100 que existen) son dueñas de más de 30 locales cada una, mientras que 82 poseen entre 1 y 5 locales (las restantes 11 cuentan con entre 6 y 30 locales).
- ❖ En los últimos años una parte significativa de las ventas se financió a través de la constitución de fideicomisos financieros, instrumento utilizado por las cadenas más importantes para financiar directamente a los consumidores.
- ❖ La demanda de bienes durables es sensible a los ciclos económicos y cuenta con una elasticidad ingreso mayor que la de los bienes no durables. En el contexto adverso de la crisis internacional, la demanda se contrajo fuertemente (por incertidumbre respecto del desenvolvimiento de la

economía, menor disponibilidad de crédito, encarecimiento del mismo y menores plazos), a la vez que con la reactivación económica posterior, se inició un nuevo ciclo ascendente del consumo, que impulsó un crecimiento de las ventas.

- ❖ Desde fines de 2009 se registra una mejora significativa en las ventas de artículos para el hogar, que durante 2010 se cristalizó en un nuevo auge para la actividad. Los artículos para el hogar, electrodomésticos e informática lideraron el crecimiento de las ventas tanto en shoppings como en supermercados. Entre los factores que permitieron esta pronta recuperación se encuentran las promociones de ventas en cuotas, el lanzamiento de nuevas tecnologías (LCD, televisión digital, lpads, smartphones, netbooks, etc.) y la demanda asociada a la transmisión del mundial de fútbol.
- ❖ Durante el 2011, las ventas “moderaron” su crecimiento, pero aún así la facturación en pesos corrientes acumulada al mes de julio mostraba un incremento de 21% en supermercados y 23% en shoppings, para este rubro.
- ❖ El componente inflacionario también juega un importante papel, ya que la búsqueda por conservar el valor del dinero se traduce en una mayor compra de bienes durables, en un contexto de estabilidad cambiaria.
- ❖ La comercialización de electrodomésticos involucra naturalmente la venta de productos importados.
- ❖ Las ventas de artículos para el hogar se han visto afectadas negativamente por reducción de stocks, dadas las trabas para importar que se han ido sucediendo a lo largo del año.
- ❖ Sin embargo, las proyecciones para 2011 prevén expansiones fuertes. Las ventas de LCD y LED llegaron al millón en 2010 y se espera que alcancen las 1,4 millones de unidades según la estimación de las grandes cadenas. Se incorpora la venta de televisores con acceso a sitios de internet nacionales e internacionales desarrollados especialmente (además de los 3D). La leve pero paulatina baja que se prevé continúe dándose en los precios de estos aparatos, también juega a favor de las ventas.
- ❖ Otra proyección al alza para el 2011 del sector de ventas es para las notebooks, netbooks y tablets, que crecerían en general entre un 25% y 30%.
- ❖ Otro producto estrella son los celulares de última generación. En la actualidad, sólo alrededor de un 5% de los celulares en la Argentina son “smartphones”, lo que demuestra el potencial que aún tienen para expandir sus ventas. El alza prevista para este año en sus ventas es cercana al 40%.
- ❖ La cadena Garbarino continúa abriendo nuevos locales. En la zona sur del país se alió a la cadena de supermercados La Anónima, para instalar mini sucursales de la firma dentro de los locales del supermercado. Ya abrió en Neuquén y próximamente lo hará también en Río Grande, Ushuaia y Calafate.

**“Art. para el Hogar” en números:**

Indicador	Unidad de medida	último mes	dato	Variación Interanual	Variación Acumulada
<b>PRODUCCIÓN</b>					
TV color		Jun-11	259,7	-5%	-20%
TV LCD		Jun-11	160,3	48%	24%
Reproductores DVD		Jun-11	18,2	274%	-36%
Aire Acondicionados		Jun-11	128,2	176%	256%
Microondas		Jun-11	55,8	38%	44%
Teléfonos Celulares		Jun-11	1.116,1	229%	246%
Video Cámaras		Jun-11	4,8	884%	260%
Lavarropas	Miles de unidades	Jul-11	119,8	16%	-3%
Heladeras		Jul-11	58,9	27%	7%
Cocinas		Jun-11	77,2	24%	16%
Secarropas		Jul-11	46,2	-20%	-10%
Calefactores y Estufas		Jun-11	36,4	17%	-7%
Termotanques		Jun-11	44,2	25%	7%
Congeladores		Jul-11	12,8	6%	15%
Calefones		Jun-11	6,7	-14%	-5%
<b>VENTAS</b>					
Electrodomésticos TOTAL PAIS	\$ Miles	Jun-11	1.579.422	13,3%	18,2%
	Participación				
TV, reproduct. DVD, Filmadoras	27%	Junio 2011	426.933	-28,7%	-24,1%
Art. de audio	4%		58.172	29,6%	23,0%
Heladeras y freezers	5%		81.430	35,6%	28,7%
Aire acondicionados	3%		40.526	133,3%	17,7%
Lavarropas, Secarropas y Lavavajillas	8%		127.592	30,3%	27,3%
Cocinas, calefactores, termotanques	12%		184.274	38,4%	11,2%
Computación	20%		311.412	37,6%	56,2%
Otros (incluye celulares)	22%		349.083	62,0%	64,4%
Ventas ajustadas por inflación	\$ Miles	Jun-11	1.069.646	-2,2%	-0,3%
Electrodomésticos en CABA	\$ Miles	Jun-11	329.533	3,4%	8,8%
Art. electrónicos y de hogar en Supers TOTAL PAIS	\$ Miles	Jul-11	485.268	45,3%	23,1%
Art. electrónicos, de hogar y computación en Shoppings de GBA	\$ Miles	Jul-11	271.738	50,6%	21,2%
<b>PRECIOS AL PRODUCTOR</b>					
Nivel general IPP			502,1	13,3%	14,9%
Aparatos de uso doméstico	Base 1993=100	Ago-11	495,7	12,5%	12,1%
Equipos y aparatos de radio y televisión			91,9	-2,7%	-3,4%

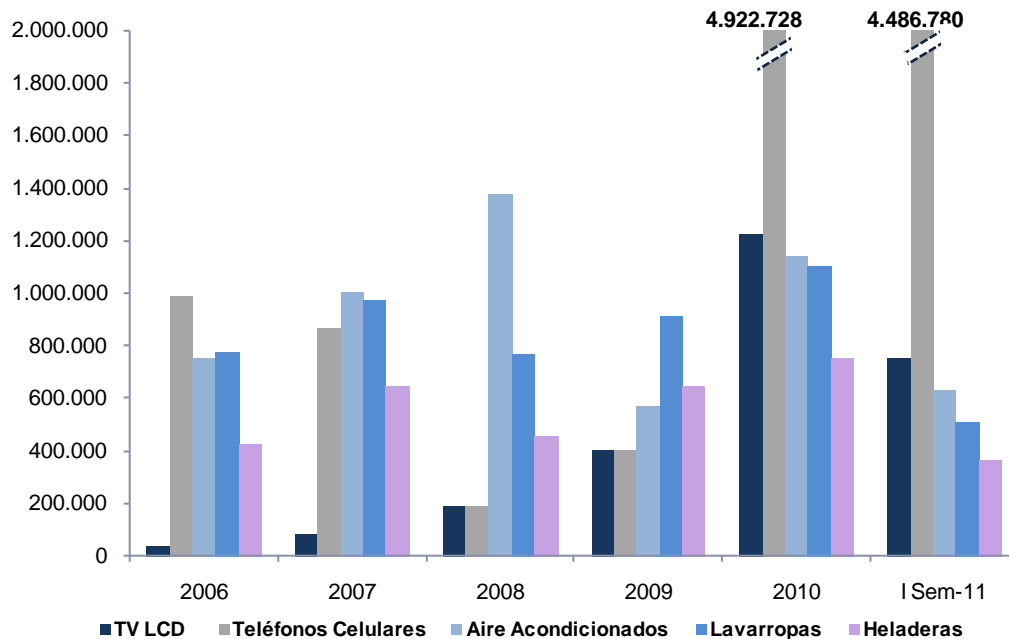
Continuación:

Indicador	Unidad de medida	último mes	dato	Variación Interanual	Variación Acumulada
<b>COMERCIO EXTERIOR</b>				<i>Var. a/a a Junio</i>	
Exportaciones Totales Art. para el Hogar	USD Mill.		135,0	4,7%	25,1%
Importaciones Totales Art. para el Hogar	USD Mill.	I Semestre	1.908,4	-13,8%	13,7%
Saldo Comercial Art. para el Hogar	USD Mill.		-1.773,4	-15,1%	12,9% (*)
Expo de aparatos de uso doméstico (sin incluir televisores, radios, reproductores y telefonía)	USD Mill.	I Semestre	107,8	20,1%	40,0%
Impo de aparatos de uso doméstico (sin incluir televisores, radios, reproductores y telefonía)	USD Mill.	I Semestre	335,4	1,0%	18,7%
Saldo de aparatos de uso doméstico (sin incluir televisores, radios, reproductores y telefonía)	USD Mill.	I Semestre	-227,7	-5,5%	10,7% (*)

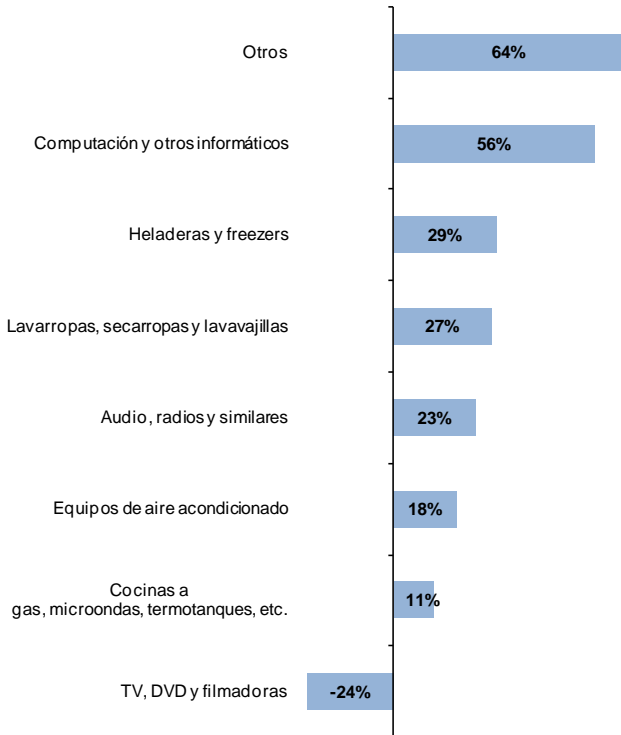
(\*) El incremento implica crecimiento del déficit.

Anexo:

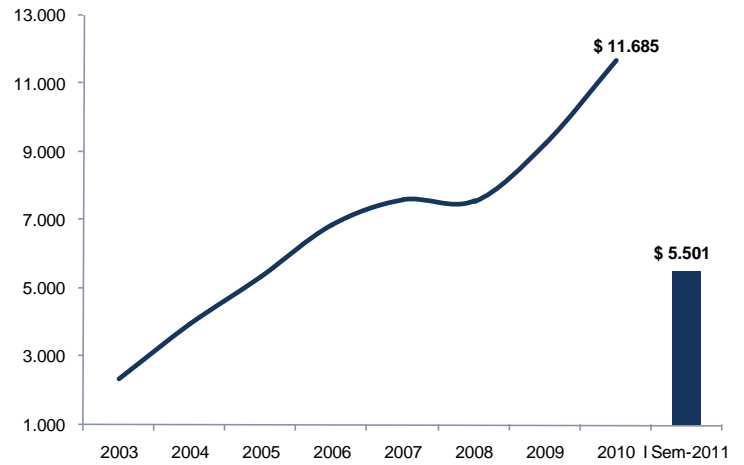
### Producción anual de Art. para el Hogar En unidades



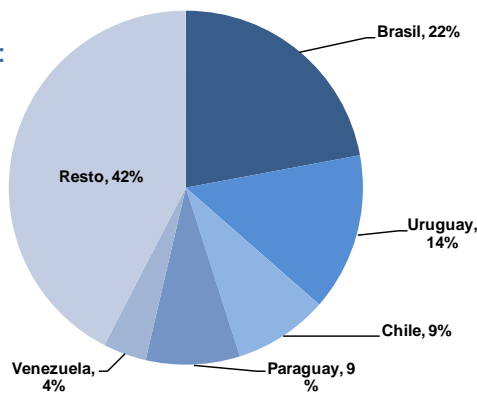
### Ventas de Electrodomésticos Var. acumulada I Sem-11 (en %)



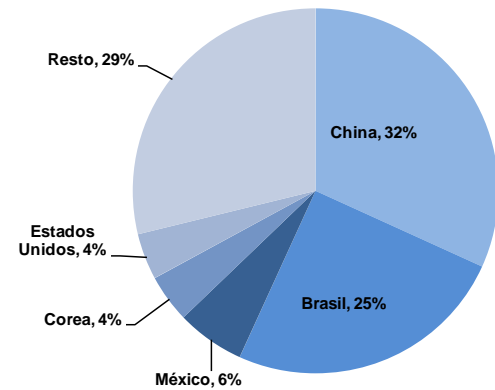
### Ventas anuales de electrodomésticos deflactadas por inflación relevante (en \$ millones)



### Destino de las Exportaciones:



### Origen de las Importaciones:



**Fuentes de Información:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), Centro de Estudios para la Producción (CEP), Cámara de Fabricantes de Electrodomésticos (CAFED), Universidad Torcuato Di Tella, Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), publicaciones en medios gráficos.

## 2) Sector: INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

Analista a cargo: Lic. Matías Carugati ([mcarugati@bancociudad.com.ar](mailto:mcarugati@bancociudad.com.ar))

### Evolución general del Sector

- ❖ El sector automotriz en su conjunto (terminales, autopartistas y concesionarios) fue uno de los más beneficiados por el régimen económico que devino luego de la crisis de la convertibilidad. La prolongada fase ascendente post-devaluación (hasta la primera mitad de 2008) implicó un crecimiento considerable de la producción, ventas y exportaciones de automotores.
- ❖ No obstante, el advenimiento de la crisis internacional de 2009 y sus efectos sobre la economía local repercutieron negativamente en el sector. Uno de los principales impactos fue la caída de la demanda de los mercados de exportación, verificándose una disminución de 8% interanual (a/a) en las ventas externas de automotores medidas en cantidades.
- ❖ Paralelamente, la incertidumbre respecto de la evolución de la economía local (efectos sobre el poder adquisitivo, estabilidad laboral, etc.) impactó en la compra de bienes durables en nuestro país y, por consiguiente, sobre el complejo industrial automotriz. En 2009, la venta de vehículos de producción nacional cayó 17% a/a, a la vez que la venta de rodados importados se redujo 20% a/a.
- ❖ Desde principios de 2010, la recuperación global y la salida de la recesión local dieron lugar a un fuerte repunte de la producción y las ventas del sector. En el año, la producción automotriz se incrementó 40% a/a, con una utilización de la capacidad instalada del 84%. Las terminales elaboraron 724.000 unidades (entre automóviles, utilitarios y vehículos de carga y pasajeros), superando en un 21% el récord de producción de 2008 (597.000 unidades). De esta forma, se logró posicionar a la Argentina entre los 20 países de mayor producción automotriz a nivel global.
- ❖ Por el lado externo, el sector se vio beneficiado por el fuerte crecimiento de Brasil, que concentra cerca del 75% de las exportaciones de vehículos. Las ventas externas sectoriales se incrementaron un 47% a/a en 2010, mientras que las realizadas al país vecino lo hicieron a una tasa de 42% a/a.
- ❖ A nivel local, el impulso reciente provino del aumento de ingresos del sector privado, junto con el estímulo al consumo provisto por una inflación creciente y buenas condiciones de financiación. Las ventas de producción nacional (al mercado interno más exportaciones) en 2010 totalizaron 710.000 unidades (36% a/a), mientras que las ventas de automotores 0km de concesionarios (incluyendo importados) ascendieron a 662.600 (29% a/a) y las de usados superaron 1,5 millones de unidades (16% a/a). Esta performance positiva superó los récords de 2008.
- ❖ Para el año 2011, las proyecciones de ventas y producción de distintos referentes del sector son buenas, dado el crecimiento de la economía esperado para este año y la continuidad, aunque a menor ritmo, del crecimiento brasileño. La Asociación de Fabricantes de Automotores (ADEFA) proyecta que el 2011 registrará un crecimiento en producción, ventas al mercado interno y exportaciones, aunque seguramente a tasas más moderadas que las del 2010. Este optimismo es compartido por la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA) y por la Cámara del Comercio Automotor (CCA), entidades que también prevén un incremento en las ventas de automóviles 0km y usados, respectivamente.
- ❖ Aún así, el contexto de inflación de costos (acero, aluminio, plásticos, salarios, energía) se mantiene vigente. Los costos salariales continúan con un elevado dinamismo (SMATA logró subas trimestrales, que redondearían en un aumento anual del 28%), a la vez que los precios de los insumos también evidencian un avance. Dada esta dinámica de costos, es probable que los precios de los vehículos se mantengan en un sendero de crecimiento.
- ❖ Otro aspecto a tener en cuenta es que la industria automotriz local, basada en un modelo exportador, se encuentra muy expuesta a lo que suceda en Brasil. En este sentido, la

desaceleración económica que atraviesa el país vecino, tan marcada que incluso motivó el cambio hacia una política monetaria más expansiva, podría afectar la demanda de vehículos y reducir las exportaciones locales. Por otra parte, referentes empresariales muestran preocupación por lo que pueda suceder con el tipo de cambio en Brasil, ya que una devaluación significativa del real reduciría aún más la competitividad local. No obstante, cabe remarcar que en lo que va del 2011 la moneda brasilera sólo se depreció un 6% respecto al peso argentino.

- ❖ Entre otras limitantes sectoriales cabe destacar la situación energética. La política gubernamental frente a problemas de energía ha sido (y probablemente siga siendo) la de garantizar el suministro a los usuarios residenciales. Ello implica que frente a futuros cuellos de botella (como en los meses de verano por el calor y de invierno por el frío) la industria puede verse afectada por cortes en el suministro energético. No obstante, considerando esta situación, distintas empresas han comenzado a readecuar los tiempos de producción para distribuir su demanda energética de forma más equitativa a lo largo del año.
- ❖ Por último, dado el saldo comercial deficitario que presenta el sector en su conjunto, el Gobierno intenta reducir la pérdida de divisas mediante restricciones comerciales. Las medidas establecidas con este objetivo deberán ser monitoreadas de cerca, porque algunas de ellas pueden alterar la cadena productiva y afectar a las propias firmas del sector. Las licencias no automáticas a la importación (LNAs) son un ejemplo de ello, demorando la entrada de autopartes (entre otros bienes afectados) del exterior. Asimismo, entre otras medidas para “desincentivar” las importaciones sectoriales se encuentra la prohibición de importar más de lo que se exporta, acuerdos para lograr una mayor integración nacional de los automotores, créditos blandos para inversión, etc.

#### **a) Terminales automotrices**

- ❖ Las terminales operan con un sesgo regional que se vio potenciado y ampliado con la ganancia de competitividad cambiaria y las tarifas energéticas, luego de la devaluación de 2002. Existe además, una complementariedad productiva entre las terminales radicadas en Brasil y nuestro país, que enfocan como mercado objetivo primario el Mercosur y coordinan las estrategias productivas, adecuándose a sus necesidades comerciales.
- ❖ La potencialidad y el dinamismo del subsector son altas, aspectos reflejados en un nuevo y potente ciclo inversor que incorporó nuevos modelos (utilitarios, de carga, medianos, etc.) y amplió la oferta nacional tras la devaluación de 2002.
- ❖ Un mercado interno poco profundo para las escalas empleadas en la producción automotriz hacen que el subsector tenga un marcado sesgo exportador. Brasil es el principal destino de las ventas externas (posee una participación cercana del 75%), seguido muy de lejos por México (5% de participación) y otros países de Latinoamérica. En 2010, el comercio exterior en vehículos automotores presentó un superávit de USD 1.019 millones.
- ❖ Las barreras a la entrada y el alto grado de concentración son aspectos que caracterizan la estructura del subsector. Las inversiones necesarias (sobre todo en capital fijo) para abrir y operar una planta de producción automotriz son demasiado altas como para alentar el ingreso de nuevas firmas. Es por ello que la producción de automotores se encuentra altamente concentrada: sólo 11 terminales se encuentran produciendo vehículos en el país (Fiat, PSA Peugeot – Citröen, Ford, Renault, GM, Toyota, Iveco, Mercedes Benz, Volkswagen, Honda y Scania).
- ❖ El subsector también exhibe alta sensibilidad al ciclo económico. No sólo la actividad de las automotrices se mueve en sintonía con la actividad económica local (que afecta ventas al mercado interno, precios de insumos, disponibilidad de empleados, posibilidades de inversión, etc.), sino que la marcada dependencia de la demanda brasilera también condiciona la expansión de la producción y ventas externas.

- ❖ La situación coyuntural de las terminales resulta positiva, aunque con riesgos a la baja. Los ingresos crecen tanto por mayores precios como cantidades, motivados por una demanda interna que aumenta de forma robusta y una demanda externa que aún se expande a buen ritmo. Sin embargo, se observa cierta desaceleración en el margen que podría profundizarse si la economía brasilera no recupera dinamismo.
- ❖ En lo que va del año, las ventas de la producción nacional de las terminales automotrices se expandieron un 24% a/a. No obstante, el ritmo de crecimiento interanual se desaceleró de 31% en agosto a 7,5% en septiembre. Esta dinámica se debió a lo ocurrido con las exportaciones, que, a pesar de registrar un crecimiento acumulado de 22% en el año, evidenciaron una caída de 11% anual en septiembre, debido a la acumulación de stocks en Brasil por la desaceleración en las ventas de automotores del país vecino. Aunque se manejan con cautela, las empresas estarían previendo la suspensión de trabajadores si la situación en Brasil no mejora en el corto plazo, lo que el gremio SMATA aceptaría a cambio de evitar despidos.
- ❖ Así todo, las expectativas en cuanto a producción y ventas para 2011 aún son buenas (840.000 unidades producidas y más de 700.000 autos vendidos, de acuerdo a ADEFA), esperándose incluso batir récords históricos. Esto se refleja en importantes anuncios de inversión.
- ❖ Según el Ministerio de Industria, entre 2010 y 2012 llegarán inversiones por más de \$4.000 millones. Entre las que fueron anunciadas sobresalen las inversiones de PSA Peugeot – Citroën (\$1.300 millones), Ford (\$1.000 millones) y Fiat (\$813 millones). Con financiación propia, General Motors confirmó su inversión de USD 152 millones en su planta de Rosario, lo que permitirá crear 600 nuevos puestos de trabajo. Asimismo, recientemente Toyota anunció que planea invertir USD 126 millones, mientras que Mercedes Benz invertirá \$400 millones para reanudar, tras 20 años, la fabricación de semipesados frontales en el país. Por su parte, la brasilera Randon, fabricante de acoplados, invertirá USD 8 millones para incrementar su capacidad productiva y la china JAC, fabricante de camiones, invertirá un monto similar en San Juan.
- ❖ Ahora bien, las terminales también acusan el impacto de la suba de costos, tanto de insumos como de salarios, así como un férreo control impositivo por parte del Gobierno Nacional. Por otra parte, empresarios del sector ponderan negativamente la sostenida apreciación real, además de que su preocupación respecto a la evolución económica de Brasil va en aumento.
- ❖ Asimismo, el subsector puede verse afectado por medidas de protesta sindical que afecten el transporte y/o la distribución de insumos y productos, ya que para disminuir el capital hundido las terminales tienden a operar con un stock limitado de materia prima. En este sentido, el bloqueo del sindicato de Camioneros a Siderar en septiembre 2010 afectó a General Motors, que se quedó sin materia prima, y generó preocupación al resto de la industria automotriz.
- ❖ Otro aspecto potencialmente negativo es la mayor regulación del comercio exterior por parte del Gobierno. La imposición de restricciones comerciales para impedir la pérdida de divisas afecta la normal actividad de las terminales automotrices y hasta derivó en un conflicto comercial con Brasil, principal destino de las exportaciones argentinas.
- ❖ Por un lado, el Gobierno dispuso que ninguna empresa podrá importar vehículos que no provengan del Mercosur o México por un monto superior al de sus exportaciones. Esta medida impacta sobre todas las empresas, aunque el efecto es superior sobre aquellas que no poseen fábricas en Argentina. Para sortear esta prohibición, las firmas pueden compensar sus importaciones mediante la realización de proyectos de exportación (tanto de automotores como de cualquier otro bien o servicio) o, excepcionalmente en 2011, por medio de aportes irrevocables de capital a las empresas importadoras.
- ❖ A la fecha, casi todas las automotrices que operan en el país (Ford, Chery, GM, VW, Mercedes Benz, Porsche, Fiat, PSA Peugeot Citroën, Alfa Romeo, Renault, Alfacar –Mitsubishi-, Ditecar -Volvo, Jaguar, Land Rover- y Nissan) acordaron equilibrar su balanza comercial. Mediante la generación de nuevos proyectos de exportación, sustitución de importaciones y/o aportes de

capital, estas firmas lograron destrabar el ingreso de vehículos del exterior. Según el Ministerio de Industria, los compromisos acordados garantizan una mejora en el saldo comercial del sector de unos USD 4.000 millones para 2012.

- ❖ Por otra parte, BMW es la única empresa que aún no llegó a un acuerdo con el Gobierno para liberar sus importaciones. No obstante, dado que la empresa posee una red de concesionarios y soporte técnico propios que costaron millones de dólares y aún no fueron amortizadas, la casa matriz le exige a la filial local una resolución rápida al conflicto. En este sentido, la continuidad de las trabas a la importación afectó seriamente a la firma de autos de lujo, cuyas ventas están cayendo por falta de stocks, situación aprovechada por su competidora Audi, que incrementó sus ventas un 30%.
- ❖ Por otro lado, las restricciones comerciales también involucraron la ampliación de licencias no automáticas de importación (LNAs) a 172 nuevos productos (llevando el total alcanzado a 584 bienes). Entre los sectores afectados se encuentra el de autopartes, que es abastecido principalmente por Brasil, lo que afectó los esquemas de producción de las terminales. Asimismo, estas disposiciones generaron un conflicto comercial con nuestro socio comercial (aunque también se recibieron quejas por parte de otros países), que escaló cuando Brasil decidió frenar sus propias importaciones de vehículos.
- ❖ La imposición brasilera de LNAs a la importación de automóviles se escudó en un mayor déficit comercial de su sector automotriz, que totalizó USD 4.500 millones en 2010 (USD 1.900 millones en el primer cuatrimestre de 2011). Sin embargo, la medida fue recibida como una represalia a la regulación comercial argentina, en tanto las restricciones brasileras afectan a casi el 75% de las exportaciones locales de vehículos automotores y cerca de la mitad de las ventas externas hacia aquel destino.
- ❖ Tras meses de tensas negociaciones, ambos países llegaron a un acuerdo para mejorar la relación comercial, habiéndose comprometido a acelerar los tiempos de aprobación de las licencias, además de implementar medidas para lograr un intercambio comercial más balanceado. Sin embargo, la duración del conflicto implicó pérdidas para las terminales automotrices exportadoras (por mayores costos de almacenamiento, transporte y la disrupción productiva), así como también para las importadoras locales.
- ❖ Por último, los propios empresarios reconocen los siguientes obstáculos a la hora de invertir: 1) disponibilidad de operarios capacitados; 2) capacidad de los proveedores de autopartes para garantizar el nivel de entregas cuando la demanda de vehículos y la producción aumentan; 3) capacidad limitada del transporte marítimo, que genera demoras en épocas de mayor actividad.

## **b) Autopartistas**

- ❖ El subsector posee un grado aceptable de potencialidad y dinamismo, teniendo como clientes principales a las terminales automotrices locales. Asimismo, la salida exportadora es muy alta, siendo Brasil el principal destino de las ventas externas de autopartes, con una participación del 65%. Por otro lado, las barreras a la entrada de nuevas firmas son aceptables, dada la inversión necesaria en máquinas y equipos para poder operar. En cuanto al grado de concentración, el subsector está conformado por 400 empresas, que emplean directamente a 52.800 personas (4,3% del empleo industrial total).
- ❖ Al depender principalmente de lo que suceda con las terminales automotrices, las firmas autopartistas poseen alta sensibilidad al ciclo, tanto en expansión como en recesión. En este contexto, las firmas mostraron un repunte de sus ventas en 2010, tanto al mercado interno como externo. La expansión en la producción nacional de automotores estimuló al subsector autopartista, aunque de forma paralela también incrementó las importaciones, ya que no se han realizado inversiones que permitan una expansión considerable de capacidad productiva. Actualmente, alrededor del 75% de las piezas utilizadas en la producción local de automotores es cubierta con insumos importados, calculándose cerca de USD 15.800 de autopartes

importadas por cada auto fabricado en el país. El resultado es un creciente déficit en el intercambio comercial de autopartes, que en 2010 habría ascendido a USD 6.300 millones (casi un 70% más que en 2009). De acuerdo a fuentes del sector, en la primera mitad de 2011 el déficit comercial habría ascendido a USD 4.525 millones, más del doble que en igual período del año anterior.

- ❖ El principal proveedor externo de autopartes es Brasil, de donde provienen la mitad de las autopartes importadas, seguida de lejos por Alemania y China con participaciones de 8% y 6%, respectivamente. La “avalancha” de importaciones resulta un problema para firmas locales que no pueden bajar precios debido a los crecientes costos de producción, de manera que ven caer sus ventas y rentabilidad.
- ❖ En este sentido, los empresarios autopartistas temen por la invasión de repuestos de China e India, lo que se sumaría a una menor demanda producto de la desaceleración brasilera. Desde el sector indican que si se reduce el crecimiento de Brasil, las autopartistas sufrirán el recorte de compras de las terminales. Al mismo tiempo, los fabricantes de partes creen que habrá una avalancha de repuestos de China e India, por la falta de colocación de partes tanto en la Unión Europea como en Estados Unidos.
- ❖ Para disminuir el abastecimiento importado (tratando de defender a las empresas locales y reducir la pérdida de divisas), el Gobierno incrementó los incentivos a la producción local. La principal herramienta de promoción es el programa de financiamiento elaborado en conjunto por el Ministerio de Industria y la ANSES, por unos \$1.200 millones. Otras herramientas son el programa de Financiamiento del Bicentenario (\$8.000 millones) y la Ley de Promoción de Inversiones (\$3.600 millones). En total, son cerca de \$13.000 millones con destino a los distintos sectores económicos.
- ❖ En esta línea, en los últimos meses seis autopartistas (fabricantes de ejes para transmisiones, sistemas de suspensión, asientos y alternadores) solicitaron préstamos al programa de Financiamiento del Bicentenario, por un total cercano a los \$85 millones. Buscan aumentar la producción local, sustituyendo importaciones e incrementar su capacidad exportable.
- ❖ Asimismo, en línea con las medidas gubernamentales de reducir importaciones, las automotrices presentaron un plan para aumentar las compras locales de autopartes. Actualmente, apenas el 25% de las partes que las terminales compran son de producción nacional, buscándose elevar ese porcentaje al 35%. Ello implicaría compras por más de USD 1.000 millones hasta fin de 2012. En esta línea debe leerse el plan “Motor Argentino”, alentado por la Secretaría de Comercio Interior, el cual prevé la elaboración íntegra de motores en el país. Peugeot, Fiat, Ford, GM y VW ya definieron con autopartistas todas las partes de motor que comprarán localmente.
- ❖ Adicionalmente, la mayor regulación del comercio exterior impacta profundamente sobre el sector autopartista, que presenta un déficit comercial crónico. Al dificultar la entrada de productos extranjeros, mejora el potencial de ventas de firmas locales, además de estimular mayores inversiones, que se estiman en torno a los \$1.400 millones (87% más que en 2010). De acuerdo a AFAC, el financiamiento es en su mayoría de las terminales, y el 66% se destinará a bienes de capital, lo que tendrá un impacto directo sobre la capacidad instalada y los niveles de producción.
- ❖ Los cambios propuestos por estas políticas son positivos, pero no lograrían revertir el déficit de la balanza comercial sectorial. A pesar del repunte de las exportaciones y menores importaciones, desde el sector esperan que el déficit comercial se reduzca a USD 4.500-5.000 millones en 2011. El déficit se mantendría elevado porque los efectos de las medidas gubernamentales no se sentirán plenamente en el corto plazo, mientras que la producción probablemente continúe creciendo fuertemente.
- ❖ Por otra parte, de acuerdo a empresas automotrices (demandantes de autopartes) la mayor integración local choca con algunos límites. En algunos casos la tecnología necesaria no se

encuentra disponible en el país, en otros hay limitantes en términos de la capacidad productiva, y en otros directamente hay falencias estructurales en materia de competitividad. Como factor adicional, las autopartistas sostienen que las casas centrales de la región de casi todas las terminales se encuentran en San Pablo, privilegiándose a los proveedores brasileños por la confianza que genera la cercanía.

- ❖ Para atender algunas de estas deficiencias, el INTI colaborará con las PyMEs del sector creando una red de laboratorios para mejorar la calidad de las autopartes locales. El convenio contempla específicamente la certificación, homologación y validación de autopartes, sean éstas con destino a la producción de vehículos como al mercado de repuestos. En la actualidad existen laboratorios en el territorio nacional en manos de numerosas firmas autopartistas y también dependientes del INTI, pero al no haber una normativa, las automotrices en general homologan los productos en sus casas matrices o en laboratorios extranjeros. La medida tendería a facilitar los procesos de localización de piezas en el país y permitiría reemplazar la homologación externa por la local.
- ❖ Diversas fuentes del sector coinciden en que la oportunidad para aumentar la integración local de autopartes y reducir el déficit comercial consiste en fabricar autopartes más vinculadas al componente tecnológico del auto, cuestión cada vez más relevante. No obstante, para ello hacen falta políticas de largo plazo que estimulen la inversión y la capacitación de mano de obra especializada.

### **c) Concesionarios**

- ❖ La situación coyuntural que atraviesa el subsector Concesionarios de Automóviles resulta aceptable por tres cuestiones: (1) el crecimiento económico local trae aparejado una fuerte alza de las ventas; (2) los estímulos al consumo y las escasas posibilidades de ahorro inclinan la balanza hacia el consumo de bienes durables como los automotores; (3) el sostenido incremento en la proporción de compras realizadas con financiación bancaria (aumentó de 30% en 2009 a 35% en 2010).
- ❖ En este sentido, la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA), reportó que las ventas de automotores 0 km alcanzaron las 662.600 unidades en 2010, ubicándose un 8,5% por encima del récord histórico de 2008 (610.781 unidades). Este buen momento para los concesionarios se sostiene en lo que va del año, habiéndose registrado más 677.448 ventas de automóviles 0 km (31% más que en igual período de 2010). Fuentes del sector estiman que la venta de automotores nuevos podría superar las 800.000 unidades, batiendo un nuevo récord por segundo año consecutivo.
- ❖ El boom de ventas no sólo abarca a las unidades nuevas, sino que también se sintió en las operaciones de automotores usados. Durante 2010 se registraron más de 1,5 millones de ventas (16% a/a), mientras que en lo que va del 2011 las ventas totalizaron 1,37 millones de unidades (21% a/a). Desde la Cámara del Comercio Automotor (CCA) estiman que esta tendencia se mantendrá, esperándose ventas cercanas a 1,7 millones. Esta performance se debería, en parte, a que ha comenzado a resurgir el crédito para operaciones de compraventa de automotores usados, algo que impedía alcanzar un mayor volumen de ventas.
- ❖ La coyuntura no sólo es positiva en cuanto a cantidades, sino que se espera que los precios continúen en ascenso. La mayor demanda, en combinación con la inflación, la suba de costos y un dólar quieto alientan la suba de precios.
- ❖ La contracara de las buenas perspectivas de ingresos vía mayor demanda es el ascenso continuo de los costos de operación (en particular, los salariales) y de los vehículos comercializados. Asimismo, la fuerte presión tributaria que soportan los concesionarios, también atenta contra la rentabilidad del subsector. Según un estudio de ACARA, por cada punto que se incrementa la alícuota de Ingresos Brutos, la concesionaria pierde más del 10% de sus ingresos reales.

- ❖ Por otra parte, el nivel de riesgo asociado presenta marcada dispersión entre las firmas del subsector, y depende de las características individuales de cada empresa (estarían en una mejor posición para enfrentar una natural moderación en el ritmo de ventas las concesionarias de mayor tamaño relativo).
- ❖ Asimismo, algunas características propias de la mayoría de las concesionarias de automotores usados, como la falta de garantías o de servicios de post-venta y las operaciones no registradas, dificultan una mayor extensión de créditos (que así todo están aumentando), perdiéndose potenciales ventas. En un contexto general positivo, este fenómeno no produce consecuencias problemáticas, pero sí puede sentirse con fuerza en la parte descendente del ciclo.
- ❖ Para mejorar la transparencia del sector y solucionar parte de los problemas mencionados, la AFIP lanzó un operativo de control sobre 500 concesionarias en todo el país, encontrando 940 vehículos no declarados. Las agencias de autos deberán pagar hasta \$45.000 por cada vehículo usado no informado en el registro especial.
- ❖ Por último, el sector también se ve afectado por la mayor regulación del comercio exterior. Como las terminales y empresas importadoras deben compensar sus compras externas con proyectos de exportación o aportes de capital, se generaron demoras importantes en la entrega de vehículos.
- ❖ A ello se suman conflictos gremiales, como los ocurridos en el Registro Automotor de las aduanas de Zárate y Campana, que dejaron más de 25.000 autos 0km varados.
- ❖ Aunque la coyuntura del subsector se muestra positiva, los concesionarios de autos elaboraron un proyecto para reeditar el plan canje de automotores. Dado la buena performance de las ventas, las probabilidades actuales de aprobación son bajas. No obstante, en un contexto menos favorable, el plan, que podría aplicarse tanto a vehículos 0 km como usados, sería un factor importante para amortiguar una previsible caída en las ventas.
- ❖ En cuanto a las perspectivas de mediano y largo plazo, las mismas resultan aceptables. El subsector posee potencialidad y alto dinamismo, situación que le permite expandir su actividad con relativa facilidad.
- ❖ Las barreras a la entrada (dada la inversión inicial necesaria para abrir una concesionaria) también resultan aceptables. Sin embargo, la gran proliferación de concesionarios de automóviles indica que el grado de concentración es bajo.
- ❖ Por otra parte, se observa que la sensibilidad al ciclo económico es muy alta, tanto en expansión como en recesión, dadas las características propias del bien ofrecido.
- ❖ Por último, el marco regulatorio resulta neutro, al no favorecer ni perjudicar ostensiblemente la actividad.

#### **d) Motovehículos**

- ❖ Dada la escasa información disponible, en este subsector se incluye de manera conjunta la fabricación y comercialización de todo tipo de motovehículos (motocicletas, cuatriciclos, etc.) y motopartes. El mercado de motos genera 25.000 empleos, entre directos e indirectos. Además, existen más de 500 PyMEs motopartistas que participan de la cadena de valor.
- ❖ El mercado se encuentra atomizado en cuanto a marcas (existen 120), aunque sobresalen unas pocas en términos de ventas. Las principales, con una participación del 60% en el mercado son: Motomel (15% del total), Zanella (13%), Honda (12,5%), Yamaha (10,3%) y Guerrero (10,2%). Otro 26,6% del mercado lo ocupan Gilera, Mondial, Appia, Brava y Corven, mientras que el 13,4% restante lo componen 110 marcas.
- ❖ En relación a los concesionarios, el grado de concentración es bajo, contándose con estadísticas sectoriales que hablan de la existencia de cerca de 1.600 establecimientos. En este sentido, las barreras a la entrada para la comercialización son reducidas, aunque desde el

sector se encuentran trabajando con el Ministerio de Industria para reglamentar requisitos básicos más restrictivos para operar un concesionario. Para evitar la competencia desleal, se planteó a las autoridades la creación de un reglamento para regular el mercado, con la idea de que se sepa quiénes puede comercializar motos y quiénes tienen que fabricar, ensamblar o importar.

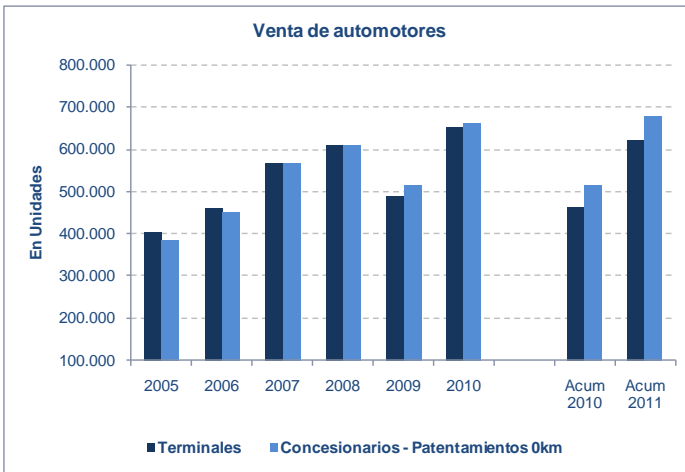
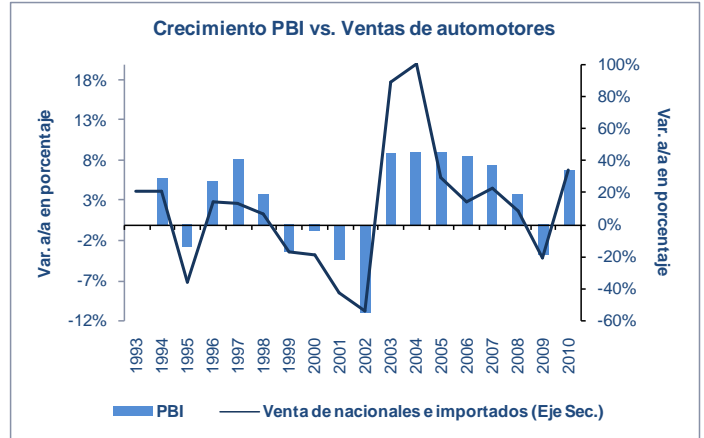
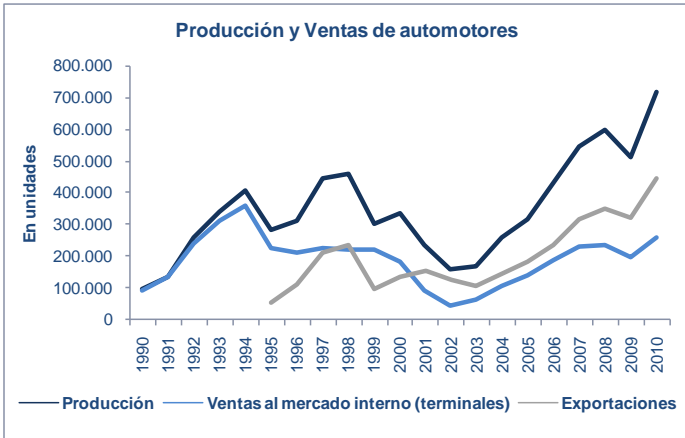
- ❖ La situación coyuntural que atraviesa el subsector resulta aceptable por el alza de la producción y las ventas, motivadas a su vez por el crecimiento económico y el estímulo al consumo. El retorno de las compras financiadas también incidió positivamente. De acuerdo a ACARA (entidad que también agrupa a las concesionarias de motovehículos), durante 2010 se vendieron 559.816 unidades (54% a/a), por encima del récord de 2008 (480.593 unidades).
- ❖ Además del impulso del contexto económico, el récord histórico en las estadísticas de ventas también se explica por cambios en la normativa vigente. Por disposición del Ministerio de Justicia, se implementó un nuevo sistema de patentamiento digital y obligatorio que sumó a las estadísticas aquellos vehículos de menor cilindrada que antes estaban exceptuados, reduciéndose fuertemente las operaciones no registradas. El nuevo sistema de patentamiento influyó no sólo a los datos de ventas, sino que permitió avanzar en el control de la comercialización, la cobertura de seguros y el grado de legalización del parque de motovehículos.
- ❖ Desde ACARA esperan un muy buen 2011 en cuanto a ventas, lo que incide en la situación de los fabricantes y de los motopartistas. Los patentamientos de motos alcanzarían las 700.000 unidades (25% a/a), con mayor participación de la producción local (pasaría del 45% de 2010 al 66%). Asimismo, la integración de motopartes nacionales también se incrementaría. Las buenas perspectivas tienen asidero en la situación actual del mercado, donde se observan faltantes de stock debido a la alta demanda (y, en menor medida, por las trabas a la importación).
- ❖ Gracias a este buen momento del subsector se realizaron anuncios de inversión entre los fabricantes. Yamaha invertirá \$16 millones para levantar su tercera fábrica en el país y duplicar su capacidad de producción, mientras que Suzuki invertirá \$1,7 millones para levantar una planta de ensamblado de motos. Por su parte, Full Motos decidió inaugurar una fábrica propia en San Juan. Asimismo, Zanella evalúa la posibilidad de instalar una nueva fábrica en La Rioja y Honda estudia ampliar su fábrica para incrementar en un 50% su capacidad instalada.
- ❖ Por otra parte, la mayoría de las empresas fabricantes plantean la continuidad de sus propios planes de financiamiento de ventas, y se encuentran trabajando con el Banco Nación para ofrecer créditos blandos. Estas facilidades financieras probablemente ayuden a mantener un ritmo de ventas aceptable.
- ❖ A pesar de lo anterior, y al igual que el resto de los subsectores, se experimenta una suba de costos importantes (particularmente salariales). La pérdida de competitividad local se siente más en la fabricación de motovehículos y motopartes, donde solo el 10% del total es de elaboración nacional. En ambos casos, China es el principal país de origen de las importaciones.
- ❖ El subsector se caracteriza por un déficit comercial estructural, ya que la mayoría de las empresas destina su producción al mercado interno más que a exportaciones, mientras que las importaciones abastecen gran parte de la demanda local.
- ❖ En este sentido, las mayores restricciones comerciales pueden resultar positivas para el subsector, en tanto permitan la expansión de la producción de motopartes y ampliar el porcentaje de integración nacional de motovehículos. El Ministerio de Industria determinó que fabricantes e importadores de motos podrán comprar una unidad en el exterior, sólo si ensamblan dos en el país o producen una moto con al menos la mitad de los componentes fabricados en Argentina. Para aquellas firmas que no poseen plantas de ensamblado en Argentina o que no tuvieran proyectos productivos, deberán compensar sus importaciones de motocicletas con exportaciones de motopartes nacionales.

- ❖ Por último, el marco regulatorio combina medidas negativas para el promedio del subsector con otras positivas. Por un lado, la mayoría de las fabricantes locales de motocicletas opina que la ley de incentivos a la inversión (que beneficia a quienes reduzcan el componente importado en sus productos) es muy estricta. Asimismo, la reglamentación para poner en marcha un concesionario de motovehículos es demasiado laxa. Por otro lado, los efectos del nuevo régimen de patentamiento son positivos, y los reclamos por mayores restricciones para el ingreso y venta de motovehículos y motopartes del exterior están siendo atendidos por las autoridades. El resultado de estas medidas es un marco regulatorio neutro para el subsector, aunque a nivel individual algunas firmas puedan verse más afectadas que otras.

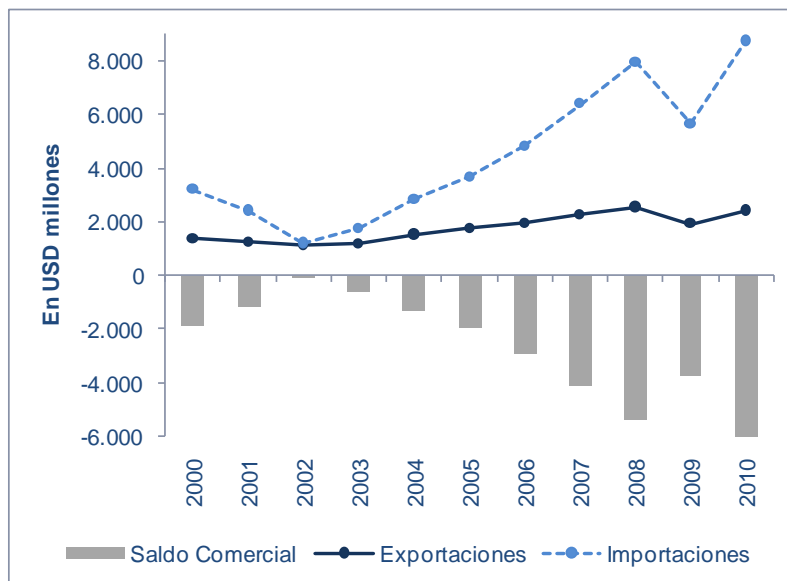
**“Industria automotriz” en números:**

Indicador	Unidad de medida	último mes	dato	Variación Interanual	Variación Acumulada
<b>ACTIVIDAD</b>					
Industria (EMI)	Base 2006 = 100	Sep-11	140	5,1%	7,8%
Vehículos Automotores (EMI)	Base 2006 = 100	Sep-11	230	7,2%	20,1%
Producción Total	Unidades	Sep-11	79.977	9,1%	23,2%
Producción Automóviles	Unidades	Sep-11	55.381	6,8%	23,1%
Producción Utilitarios	Unidades	Sep-11	22.043	14,6%	25,0%
Producción Carga y Pasajeros	Unidades	Sep-11	2.553	14,4%	12,6%
Utilización Capacidad Instalada Industria (UCI)	%	Sep-11	83,6	1,6%	1,8%
UCI Automotores	%	Sep-11	87,3	7,2%	8,9%
<b>VENTAS</b>					
Vtas de Concesionarios (Auto. 0km.)	Unidades	Sep-11	84.238	31,5%	31,3%
Vtas de Concesionarios (Usados)	Unidades	Sep-11	170.710	17,5%	21,4%
Ventas de Terminales Automotrices	Unidades	Sep-11	77.870	7,5%	23,9%
Ventas al Mercado Interno de la Producción Nacional	Unidades	Sep-11	33.564	49,5%	26,6%
Ventas Automóviles	Unidades	Sep-11	23.910	54,0%	24,0%
Ventas Utilitarios	Unidades	Sep-11	8.531	39,6%	33,4%
Ventas Carga y Pasajeros	Unidades	Sep-11	1.123	37,6%	32,7%
<b>EXPORTACIONES</b>					
Total	Mill. de USD	Ago-11	1.158	32,3%	31,9%
Vehículos automotores	Mill. de USD	Ago-11	879	41,9%	42,2%
Autopartes	Mill. de USD	Ago-11	278	8,9%	10,5%
Exportaciones a Brasil	% Total	2010	75%		
Terminales automotrices	Unidades	Sep-11	44.306	-11,4%	22,4%
Automóviles	Unidades	Sep-11	29.217	-18,4%	19,8%
Utilitarios	Unidades	Sep-11	13.375	1,9%	31,7%
Carga y Pasajeros	Unidades	Sep-11	1.714	60,5%	3,0%
<b>IMPORTACIONES</b>					
Total	Mill. de USD	Ago-11	2.036	30,0%	32,4%
Vehículos automotores	Mill. de USD	Ago-11	706	29,0%	33,1%
Autopartes	Mill. de USD	Ago-11	1.330	30,5%	32,0%
Importaciones desde Brasil	% Total	2010	52%		
Terminales automotrices	Unidades	Sep-11	47.388	29,3%	38,6%
<b>SALDO COMERCIAL</b>					
Total	Mill. de USD	Ago-11	-879	-115	-1.392
Vehículos automotores	Mill. de USD	Ago-11	174	-23	-1.864
Autopartes	Mill. de USD	Ago-11	-1.052	-91	473
<b>COSTOS</b>					
Salarios - Automotriz	Aumento %	Abr-Jun 11	7%		
Salarios - Autopartes	Aumento %	2009/2010	19,5%		
Plásticos	Base 1993=100	Ago-11	464,3	12,1%	6,9%
Aluminio	USD / Tonelada	Sep-11	2.293,5	5,6%	18,2%
Cobre	USD / Tonelada	Sep-11	8.300,1	7,4%	29,1%
Zinc	USD / Tonelada	Sep-11	2.075,2	-3,5%	8,7%
Petróleo Crudo WTI	USD / Barril	Sep-11	190,3	33,0%	35,9%
<b>PRECIOS AL PRODUCTOR</b>					
Nivel General	Base 1993=100	Ago-11	502,14	13,3%	12,9%
Vehículos Automotores	Base 1993=100	Ago-11	381,85	8,7%	5,4%
Repuestos p/automotores	Base 1993=100	Ago-11	461,93	12,3%	9,0%
<b>ACCESO AL CRÉDITO</b>					
Stock de Crédito Industria	Miles de \$	II-11	45.322.589	63,7%	60,0%
Participación Cartera Normal	%	II-11	98,2%	1,8 p.p.	2,6 p.p.
Stock de Crédito Fabricación vehículos, remolques y autopartes	Miles de \$	II-11	1.346.373	30,3%	20,4%
Participación Cartera Normal	%	II-11	99,4%	18,2 p.p.	17,4 p.p.

Anexo:



## Comercio Exterior - Autopartes



### Patentamiento Automotores 0 km. - Total de vehículos

Por marca, en unidades

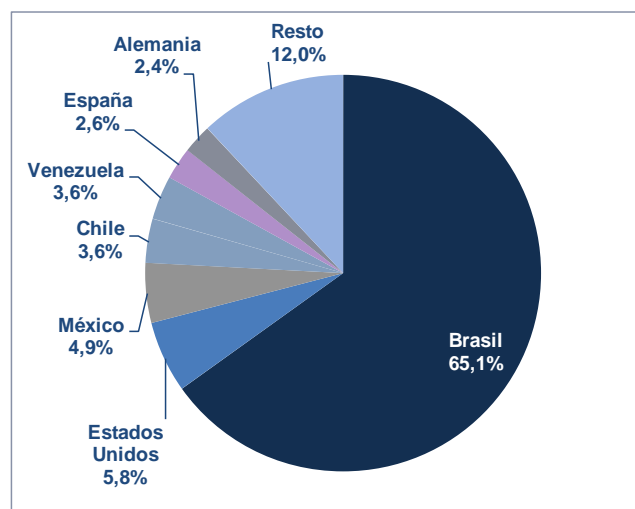
	Marca	Ene-Sep 10	Ene-Sep 11	Var. acum	Share
1	Volkswagen	96.944	135.761	40%	20,2%
2	Chevrolet	78.854	106.342	35%	15,8%
3	Renault	63.264	80.789	28%	12,0%
4	Ford	63.384	87.154	38%	13,0%
5	Fiat	52.828	69.719	32%	10,4%
6	Peugeot	43.700	59.497	36%	8,8%
7	Toyota	25.443	29.880	17%	4,4%
8	Citröen	18.667	25.591	37%	3,8%
9	Honda	16.543	15.131	-9%	2,3%
10	Mercedes Benz	9.770	12.752	31%	1,9%
	Resto	40.191	49.729	24%	7,4%
<b>Total</b>		<b>509.588</b>	<b>672.345</b>	<b>32%</b>	

### Patentamiento Automotores 0 km.

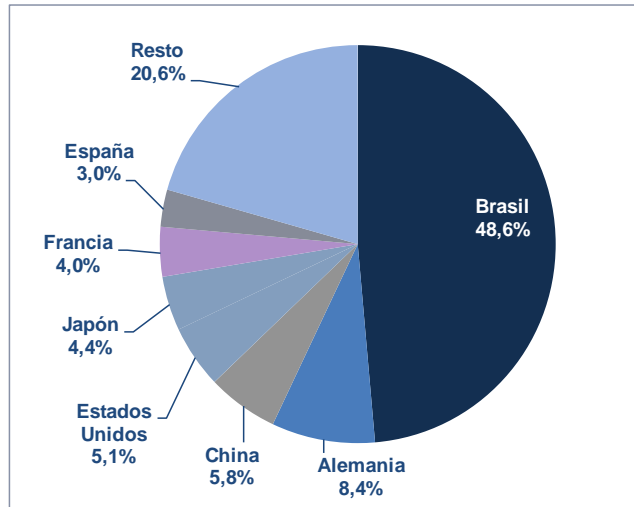
Por modelo de auto, en unidades

	Modelo	Ene-Sep 10	Ene-Sep 11	Var. acum	Share
1	Volkswagen Gol	37.015	48.673	31%	9,2%
2	Chevrolet Classic	14.250	36.764	158%	7,0%
3	Peugeot 207	24.712	28.323	15%	5,4%
4	Renault Sandero	17.822	23.428	31%	4,5%
5	Ford Ecosport	16.391	22.470	37%	4,3%
6	Volkswagen Suran	17.009	18.257	7%	3,5%
7	Volkswagen Bora	9.592	17.681	84%	3,4%
8	Chevrolet Aveo	9.604	15.387	60%	2,9%
9	Chevrolet Agile	9.953	14.305	44%	2,7%
10	Resto	243.401	301.118	24%	57,2%
<b>Total</b>		<b>399.749</b>	<b>526.406</b>	<b>32%</b>	

### Destinos Exportaciones

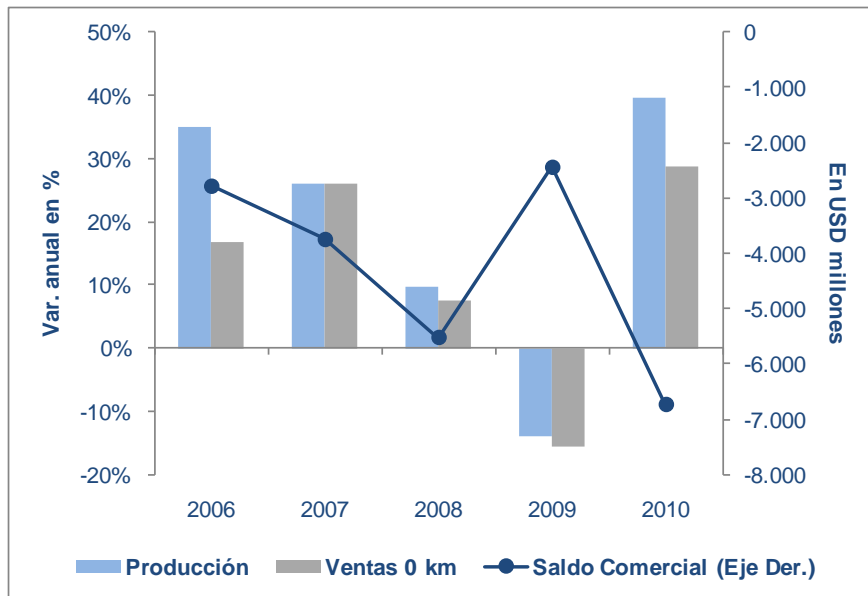


## Orígenes Importaciones



## Producción de Terminales, Ventas de 0 km. y Saldo Comercial Automotriz

Variación anual en % (producción y ventas) y US\$ millones (saldo)



**Fuentes de Información:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), Asociación de Fábricas de Automotores de Argentina (ADEFSA), Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA); Asociación de Fabricas Argentinas de Componentes (AFAC), Cámara del Comercio Automotor (CCA), Mecon, BCRA y medios periodísticos.

### 3) Sector: CUERO Y MANUFACTURAS DE CUERO

Analista a cargo: Lic. Esteban Albisu ([éalbisu@bancociudad.com.ar](mailto:éalbisu@bancociudad.com.ar))

#### Aclaraciones sobre la rama:

El cuero pasa por diferentes estados, en los cuales intervienen distintas industrias:

- ❖ Cuero Fresco: Llegan a las curtiembres directamente de los frigoríficos, desde distancias no mayores a 400 kilómetros, porque a temperatura ambiente no se conservan.
- ❖ Cuero Salado: El salado del cuero lo realizan los frigoríficos, si es necesario mantenerlo más tiempo hasta la venta a la curtiembre o si es necesario trasladarlo a mayores distancias.
- ❖ Cuero Curtido (Wet Blue): El curtido es el proceso químico más importante, pues transforma la materia orgánica putrescible en un producto estable e inalterable en el tiempo. El curtido se consigue por la interacción de las fibras del cuero con sales básicas como el cromo. El proceso tarda 24 horas aproximadamente. En Argentina, no se exporta cuero fresco, salado o wet blue, por las altas tasas de retenciones a abonar (15% frente al 5% que abona el Dry Blue, que sólo demanda un secado adicional).
- ❖ Cuero Semi-terminado (Dry Blue): requiere sólo someter a los cueros Wet Blue a un proceso de secado que demanda 40 minutos. Esta clase de cuero es el que se exporta mayoritariamente por nuestro país.
- ❖ Cuero Terminado: son los cueros secos y ya teñidos. El secado, luego de la tintura, es diferente de acuerdo al destino (calzados, tapicería, industria automotriz, etc).
- ❖ Manufacturas de cuero: productos realizados en cuero que van desde tapizados y calzados a prendas de vestir y accesorios. Intervienen distintas industrias según el uso de las manufacturas.

#### a) Curtiembres

- ❖ La producción de cueros está distribuida en más de 200 establecimientos, con presencia de grandes y medianas empresas. La industria curtidora se concentra principalmente en las provincias de Buenos Aires y Santa Fe, aunque también se desarrolla (en menor medida) en San Luis, Mendoza, La Rioja, Salta, Córdoba, Chaco, Corrientes, Formosa y Entre Ríos.
- ❖ El principal destino de la producción de cueros es la exportación, a la cual se orienta entre el 80% y 85% de la producción total. El resto se deriva al mercado interno, abasteciendo a la industria local de calzado, muebles (tapicería) y otras manufacturas.
- ❖ La mayor distinción entre curtidoras se da justamente en su acceso a la exportación, la cual es realizada sólo por una cuarta parte del total de los establecimientos productivos. Asimismo, de las empresas que exportan, las cuatro principales (Sadesa, Arlei, Fonseca y Toledo) se llevan cerca del 50% de las divisas generadas.
- ❖ La actividad de las curtiembres está muy ligada a la producción ganadera, a través de los frigoríficos que les proveen de su materia prima (cuero fresco y salado). Así, la producción de cuero resulta rígida ante cambios del consumo, ajustando por precios a los excesos de demanda.
- ❖ A pesar de lo anterior, la industria curtidora local ha mantenido una relación favorable para la adquisición de materia prima. Las grandes curtiembres acuerdan directamente con los frigoríficos el precio pagado, el cual resulta “testigo” para el resto del mercado. Este precio testigo, a su vez, suele tener un alto correlato con los precios internacionales del cuero curtido, dado que a este nivel de elaboración el producto se caracteriza por ser un commodity, representando cerca del 70% del valor exportado y 85% de las toneladas comercializadas.

- ❖ Además, el sector enfrenta altos aranceles para la exportación de cuero salado, haciendo altamente dificultosa la venta al exterior directa de los propios frigoríficos, que terminan aceptando los precios pagados por las curtiembres locales.
- ❖ La buena disponibilidad de materia prima y las ventajas comparativas de las curtiembres en el país, ubicaron a esta industria como la 4ta. productora y exportadora mundial de cuero (Estados Unidos es el principal proveedor del mercado internacional, seguido por China).
- ❖ Entre sus principales mercados externos se encuentran la industria de tapizados de muebles y la industria automotriz, de la cual se estima que el 25% del cuero consumido a nivel mundial proviene de Argentina.
- ❖ A fines de 2008, las curtiembres se vieron muy afectadas por la caída de la demanda mundial, especialmente de la industria automotriz. Así, los niveles de producción cayeron drásticamente, exponiendo a las empresas del sector a serios problemas para cubrir sus costos operativos, algo que dio lugar a adelantos de vacaciones, suspensiones de personal y/o despido de empleados.
- ❖ Esta situación llevó a una fuerte caída de los precios internacionales del cuero (por el exceso de oferta), llevando a niveles irrisorios el precio ofertado por los cueros salados a los frigoríficos locales. En este contexto, los frigoríficos (que de por sí atraviesan por una complicada situación asociada a su actividad principal) realizaron inversiones para acopiar cuero salado o avanzaron directamente en el negocio de la exportación, pese a los elevados aranceles para este tipo de exportación, dada la diferencia registrada entre los precios pagados en el mercado interno e internacional durante dicho período.
- ❖ Desde mediados de 2009, la gradual recuperación del mercado internacional llevó a la recomposición de la actividad curtidora, lo cual se reflejó en una mejora de los precios pagados a los frigoríficos y en mayores despachos al exterior.
- ❖ La recuperación de la demanda de cueros se dio en sintonía con una disminución de la faena local, situación esperable luego de más de cuatro años de intervención en la actividad ganadera y un extenso proceso de liquidación de vientres (algo que dio lugar a una amplia oferta de materia prima para las curtiembres hasta el año 2009). Durante 2010, la producción de cuero curtido acumuló una disminución del 27% respecto a 2009, en sintonía con la caída del 26,5% en la faena en el mismo período. Esta situación continúa en lo que va de 2011, con la faena cayendo un 14,3% en el acumulado a junio vs. igual periodo de 2010, y la producción de cuero haciendo lo propio un 15,3%.
- ❖ En sintonía con la fuerte caída que registró y registra la faena, y la disponibilidad de cuero salado para las curtiembres, el precio del cuero salado registró un alza considerable desde su piso en mayo de 2009, creciendo en 2010 un 233% en promedio, y un 39% en lo que va de 2011. No obstante, desde el pico alcanzado en mayo de este año, los precios del cuero salado han comenzado a retroceder parcialmente, pero ubicándose todavía en agosto un 25% por encima de los valores registrados un año atrás.
- ❖ A pesar de la caída registrada por la producción de cuero curtido, las exportaciones de cueros curtidos y terminados registraron en 2010 una fuerte alza del 52% respecto de los críticos niveles alcanzados en 2009, totalizando USD 988 millones. Impulsadas tanto por la recuperación de las cantidades exportadas (20,5%), como por la suba de los precios implícitos (25,9%), las mayores ventas externas dejan en evidencia la recuperación del comercio internacional.
- ❖ En 2011, sí, la caída en la producción parecería haber comenzado a tener efecto sobre las exportaciones. En los primeros siete meses del año, los volúmenes exportados registraron un merma importante (-25,3% a/a) que gracias a la evolución favorable de los precios (+29,7% a/a) se tradujo en una caída menor en los valores exportados (-3,1% a/a).
- ❖ Alentadas por la favorable evolución de la economía local, las importaciones de cuero mostraron también aumentos importantes en lo que va de 2011, creciendo en los primeros siete meses del año un 146% a/a en volumen.

- ❖ De todos modos, debe tenerse en cuenta que, dada la buena disponibilidad de cueros locales, el peso de las importaciones ha sido históricamente bajo y el saldo comercial resulta altamente positivo. En los primeros siete meses de 2011 los montos exportados resultaron equivalentes a 18 veces los montos importados, con una relación similar en volúmenes.
- ❖ La merma en la disponibilidad de cuero salado producto de la reducción sostenida en los niveles de faena constituye un factor determinante para analizar el desempeño de la industria del cuero en el corto plazo. La menor disponibilidad de materia prima restringe por un lado los volúmenes de producción, afectando los ingresos de las curtiembres, y mantiene por otro lado en niveles elevados el precio del cuero salado, afectando los márgenes de la actividad. La merma en los ingresos producto de los menores niveles de producción se ve compensada parcialmente por el buen desempeño que muestra el precio del cuero curtido a nivel internacional, reflejado en una mejora del 30% en el precio implícito de exportación. En el corto plazo no se espera una mejora considerable en los niveles de faena vacuna, por lo que la situación del sector continuaría mostrando cierta fragilidad.

## **b) Empresas de manufacturas de cuero<sup>1</sup>**

- ❖ La industria de manufacturas de cuero analizada en este informe se corresponde a la producción de artículos de marroquinería y accesorios, tales como valijas, carteras, productos de campo para montura, etc. La producción de calzado, gran demandante de las curtiembres locales, se analiza por separado en el informe de “calzado”, a la vez que la indumentaria confeccionada en cuero se describe en el informe de “confecciones textiles”.
- ❖ La oferta de manufacturas de cuero se encuentra atomizada en pequeñas y medianas empresas. Estas firmas se encuentran focalizadas en nichos de mercado de alto poder adquisitivo, donde el valor del producto no sólo depende de la materia prima utilizada (el cuero), sino del diseño y la marca que la vincula a determinado status social (caso de los accesorios de campo y montura) o al turismo.
- ❖ Si bien no es necesario realizar grandes inversiones para elaborar estos productos, el ámbito de acción de estas empresas y el reconocimiento de las marcas y diseños se convierten en barreras para ingresar a este nicho de mercado.
- ❖ En este sentido, las producciones de manufacturas de cuero de menor calidad se ven más afectadas por la falta de diseño y la competencia de productos importados, la mayoría de procedencia china. Este segmento de la oferta no está contemplado en el presente informe, aunque es de esperar que tanto sus tendencias como perspectivas se encuentren por debajo de las del rubro analizado.
- ❖ Al igual que otros rubros comerciales, las manufacturas de cuero se vieron afectadas durante gran parte de 2009 por la disminución generalizada de la demanda y por el menor turismo. Sin embargo, la pronta recuperación de la economía desde finales de ese año, seguida por un mayor flujo de turistas, se tradujo en una fuerte suba de la demanda de estos productos.
- ❖ Un indicio de esto lo marcan las ventas en Shoppings del Gran Buenos Aires, donde las ventas de indumentaria, calzado y marroquinería crecieron nominalmente un 35,6% interanual en el acumulado a julio de 2011, guarismo que (aún descontando los efectos de la inflación) refleja un alza de las ventas en términos reales del 8,7%.
- ❖ En lo que respecta a las exportaciones de manufacturas de cuero (excepto indumentaria), estas tienen un peso secundario dentro de la actividad, la cual se concentra en el mercado interno. En los primeros siete meses de 2011 las exportaciones totalizaron USD 16,5 millones, registrando una mejora del 3,8% respecto a igual periodo de 2011. Los volúmenes exportados cayeron un 22% y los precios mejoraron un 33%.

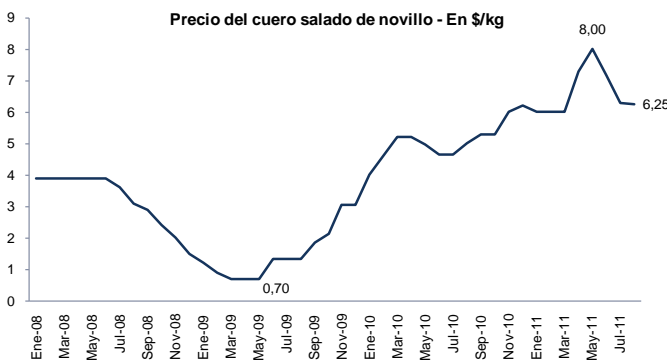
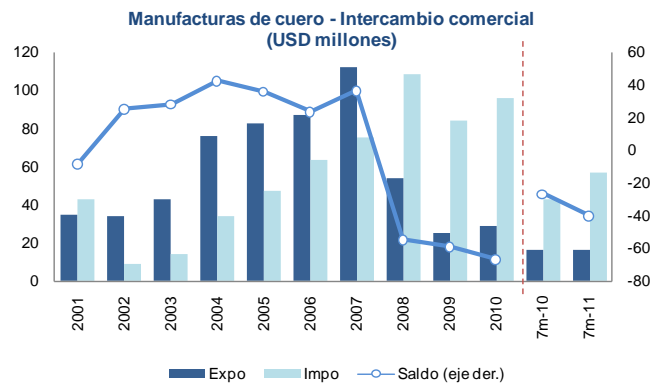
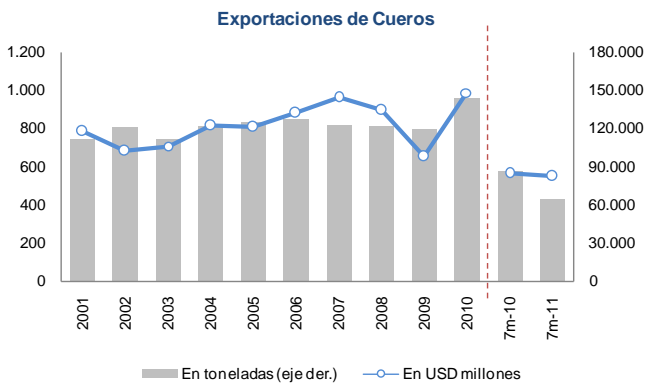
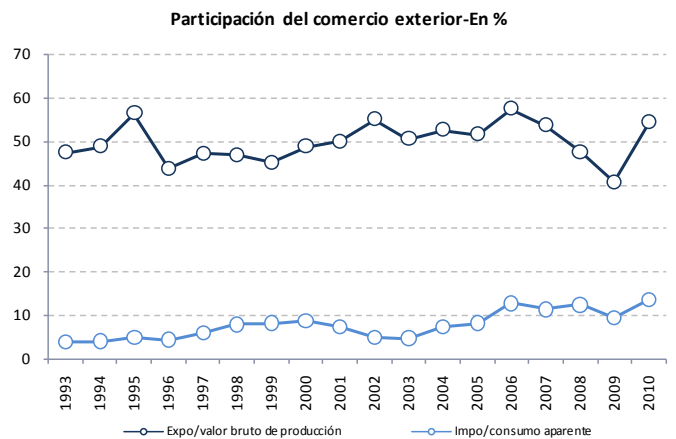
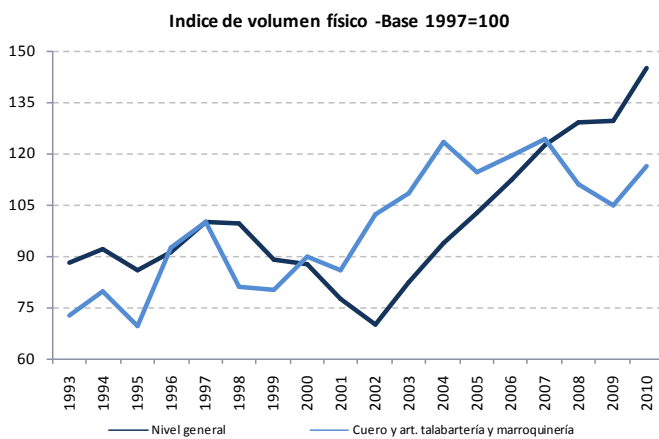
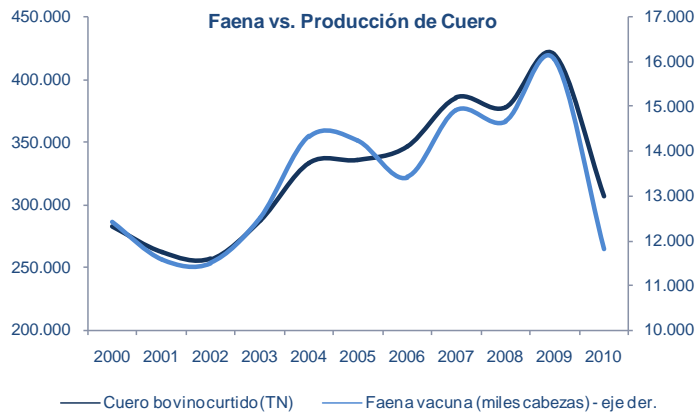
<sup>1</sup> Principalmente de artículos de marroquinería, valijas, bolsos, accesorios. La producción de calzados de cueros se analiza en el informe de “Calzados”, mientras que la indumentaria confeccionada de cuero se analiza en el informe de “Confecciones Textiles”.

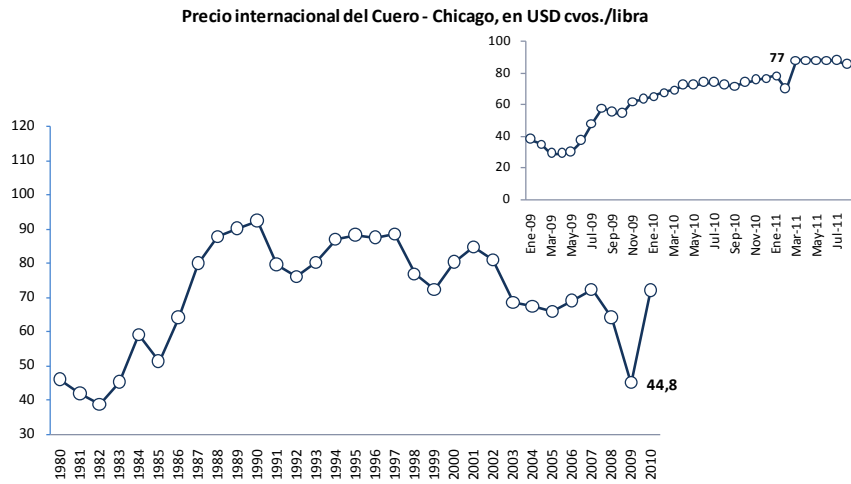
- ❖ En los primeros siete meses de 2011 las importaciones de manufacturas de cuero presentaron un alza en términos de volumen del 23% y del 33% medidas en dólares. El principal origen de las importaciones de este tipo es China, con aproximadamente el 80% del total, lo cual demuestra el poderío industrial que actualmente posee esta economía asiática en diversos rubros.
- ❖ El saldo comercial sectorial correspondiente a los siete primeros meses de 2011 es deficitario en USD 40 millones, aunque la diferencia entre el precio implícito de exportación y el de importación (el primero casi triplica al segundo) deja en evidencia los distintos mercados a los cuales se dirigen y que este tipo de importaciones no representan una competencia directa para la industria de manufacturas de cuero local, basada en mayor diseño y estilo que los productos importados.

**“Cuero y manufacturas de cuero” en números:**

Indicador	Unidad de medida	Período	dato	Variación Interanual	Variación Acumulada
<b>PRODUCCIÓN</b>					
Faena Bovina (Acumulado anual)	cabezas	Jun-2011	<b>5.199.015</b>	//	-14,3%
Cuero Bovino Curtido (Acumulado anual)	Toneladas	Jun-2011	<b>133.200</b>	//	-15,3%
Volumen Físico Industria	Base 1997=100		<b>160,5</b>	<b>13,2%</b>	<b>13,6%</b>
Volumen Físico Industria del Cuero y artículos de marroquinería	Base 1997=100	II-11	<b>264,0</b>	<b>24,7%</b>	<b>25,0%</b>
<b>VENTAS</b>					
Ventas en Shoppings (\$ millones)	<b>Participación</b>	Jul-11	<b>1.490,9</b>	<b>37,0%</b>	<b>32,6%</b>
Ventas Indumentaria, Calzado y Marroquinería	41,9%	Jul-11	<b>625,9</b>	<b>34,4%</b>	<b>35,6%</b>
Ventas en Shoppings (ajustadas por precios)	En \$ millones a precios de Jun2008	Jul-11	<b>935,5</b>	<b>9,5%</b>	<b>7,3%</b>
Ventas de Indumentaria, Calzado y Marroquinería ajustadas por precios		Jul-11	<b>428,6</b>	<b>6,5%</b>	<b>8,7%</b>
<b>ACCESO AL CRÉDITO</b>					
Stock de créditos a la Industria	Miles de \$	II-11	<b>45.323</b>	<b>63,7%</b>	<b>60,0%</b>
Stock de créditos a empresas de cuero y calzados	Miles de \$	II-11	<b>538,6</b>	<b>17,6%</b>	<b>39,5%</b>
Cartera sectorial normal	%		<b>97,0%</b>	+ 2,95 pp	
<b>COMERCIO EXTERIOR</b>					
Exportaciones de CUEROS	<b>(72% son cueros curtidos)</b>				
Valor	USD millones		<b>547,7</b>	//	-3,1%
Cantidad	Toneladas	Ene-Jul 2011	<b>64.389</b>	//	-25,3%
Precio implícito	USD/tn		<b>8.506</b>	//	29,7%
Importaciones de CUEROS					
Valor	USD millones		<b>29,8</b>	//	79,9%
Cantidad	Toneladas	Ene-Jul 2011	<b>3.685</b>	//	146,3%
Precio implícito	USD/tn		<b>8.099</b>	//	-27,0%
Saldo comercial CUEROS	USD millones		<b>517,8</b>	<b>Var.en usd</b>	<b>-30,9</b>
Exportaciones de MANUFACTURAS					
Valor	USD millones		<b>16,5</b>	//	3,8%
Cantidad	Toneladas	Ene-Jul 2011	<b>773</b>	//	-22,2%
Precio implícito	USD/tn		<b>21.344</b>	//	33,4%
Importaciones de MANUFACTURAS					
Valor	USD millones		<b>56,5</b>	//	32,7%
Cantidad	Toneladas	Ene-Jul 2011	<b>7.349</b>	//	22,9%
Precio implícito	USD/tn		<b>7.691</b>	//	7,9%
Saldo comercial MANUFACTURAS	USD millones		<b>-40,0</b>	<b>Var.en usd</b>	<b>-13,3</b>
<b>PRECIOS</b>					
Precio Internacional del Cuero (Pesado 53 libras-Chicago)	USD por kilo	Ago-11	<b>85,1</b>	<b>18,0%</b>	<b>18,9%</b>
Precio interno del Cuero Salado (pagado a los frigoríficos) de Novillo	\$/kilo	Ago-11	<b>6,3</b>	<b>25,0%</b>	<b>38,6%</b>
Precios al Productor - Nivel General	Base 1993=100	Ago-11	<b>502,14</b>	<b>13,3%</b>	<b>12,9%</b>
IPP - Cueros Curtidos		Ago-11	<b>354,07</b>	<b>10,1%</b>	<b>6,4%</b>
IPP - Valijas y Art. de Marroquinería			<b>318,36</b>	<b>13,4%</b>	<b>9,1%</b>

**Anexo:**





**Fuentes de información:** Instituto Nacional de Estadística y Censo (INDEC), Centro de Estudios para la Producción (CEP), Ministerio de Economía (Mecon), Banco Central de la República Argentina (BCRA), Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (Minagri), Cueroamerica.com, Cámara de la Industria Curtidora Argentina (CICA), medios gráficos.

#### 4) Sector: EDICIÓN E IMPRESIÓN

Analista a cargo: Lic. Nadina Bassini ([nbassini@bancociudad.com.ar](mailto:nbassini@bancociudad.com.ar))

##### a) Gráficas e Editoriales (impresiones comerciales, libros y publicaciones periódicas)

- ❖ En el subsector de gráficas se incluyen el diseño e impresión de sobres, envases flexibles (envoltorios), envases de cartón, etiquetas, formularios continuos, gigantografías, papelería comercial (libros de contabilidad, folletos, tarjetas), y valores e impresos de seguridad.
- ❖ Datos de 2007 indican que existen alrededor de 8.000 empresas gráficas, de las cuales 6.500 están registradas como industrias y el resto como comercio. El 70% de las firmas se localiza en la Capital Federal, Gran Buenos Aires y resto de la provincia de Buenos Aires, distribuyéndose el 30% restante entre Santa Fe, Córdoba y Mendoza. Existe una gran presencia de PyMEs, a la vez que predominan las empresas de capital nacional.
- ❖ Si bien la oferta se encuentra atomizada, hay ciertos nichos gráficos que poseen una alta concentración, caso de los valores e impresos de seguridad (mercado que muestra una importante puja de intereses) o la elaboración de etiquetas.
- ❖ El crecimiento del sector gráfico está íntimamente ligado al dinamismo del mercado interno, que capta el 90% de la producción, con especial inserción en la provisión a empresas.
- ❖ La industria gráfica se caracteriza por ser capital intensiva, lo cual genera una aceptable barrera a la entrada. Si bien es posible el acceso a maquinarias de menor valor (por ser modelos viejos y de menor tecnología), ello implica una menor inserción de estas gráficas, al no encontrarse a la altura de atender las porciones más rentables de la demanda.
- ❖ El subsector de ediciones gráficas comprende la edición, impresión y reproducción de contenidos de **Interés general** (literatura, temas de actualidad y periodísticos), **Textos** (educación primaria, secundaria y enseñanza de idiomas) **Científico/Técnico/Profesional** (ciencias, artes y oficios), y **Religiosos**.
- ❖ Su carácter de industria cultural implica la presencia de importantes regulaciones públicas y políticas de fomento, entre las que se destacan: la defensa de la actividad librera o de precio uniforme de venta al público, que entre otras cosas preserva la existencia de las librerías de menor tamaño (Ley N°25.542), y el fomento del libro y la lectura, que exige el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en la venta de libros (Ley N°25.466).
- ❖ Según la Cámara Argentina del Libro en 2010 fueron 2.645 editoriales las que publicaron al menos un título, considerándose en esta medición no sólo las empresas que tienen como actividad principal la edición, sino también a instituciones gubernamentales y no gubernamentales que ocasionalmente realizan tareas de edición (escuelas, universidades, fundaciones, bancos, academias, etc.). Dentro de esta heterogénea oferta, se destaca que menos del 3% de las editoriales publicó más de 50 títulos, equivalente a una participación del 42% en la producción editorial.
- ❖ En los últimos años se produjo un proceso de concentración y transnacionalización de las grandes editoriales, lo cual llevó a que varios actores que estaban en la industria salieran a abrir sus propias empresas, orientadas a determinados nichos. A raíz de este proceso, surge una importante cantidad de editoriales pequeñas y medianas con capacidad para editar autores noveles. El principal problema que tienen este tipo de editoriales, es promover y difundir sus títulos.
- ❖ Entre las editoriales de mayor tamaño se encuentran las firmas Planeta, Random House Mondadori (Sudamericana), Santillana (Alfaguara), Kapelusz y Tusquets. Como en el caso de las gráficas comerciales, en el rubro editorial también se verifican nichos con mayor grado de concentración, como es el de las impresiones religiosas o manuales de educación primaria.

- ❖ A pesar de que hay pocas operadoras, la telefonía móvil se destaca por ser muy competitiva y Según el Estimador Mensual Industrial (EMI), la producción del sector Edición e Impresión prácticamente no registró variación en el acumulado enero-agosto de 2011 respecto a igual acumulado de 2010, mientras que el nivel general de la industria habría registrado una suba de 7,2%.
- ❖ Este comportamiento también se evidencia en el uso de la capacidad instalada (UCI). La UCI para la industria editorial y gráfica se mantiene por encima de la media industrial, llegando al 81% en agosto de 2011, pero reflejando una disminución de 4 puntos porcentuales respecto al nivel de utilización de igual período de 2010.
- ❖ La inversión publicitaria en diarios y revistas, la cual motoriza gran parte de la actividad de editoriales e imprentas focalizadas en estos rubros, mostró un buen desempeño. En el primer semestre de 2011 se registraron inversiones por \$2.519 millones para la publicidad en diarios y \$327,3 millones para la publicidad en revistas, con subas acumuladas de 46% y 36%, respectivamente. Este ritmo de crecimiento también se verificó durante 2010, reflejando subas en las tarifas publicitarias como en los volúmenes físicos.
- ❖ El rubro de **edición e impresión de libros** muestra significativas mejoras según los registros del ISBN<sup>2</sup>. Durante el primer trimestre de 2011 el total de títulos publicados fue de 7.719, registrando una suba de 42% respecto a las publicaciones informadas en el ISBN en el primer trimestre de 2010. En el caso de las tiradas se observa una suba significativa (100%), a raíz de una tiradas extraordinarias realizadas durante marzo por una editorial perteneciente a medios gráficos (con 8 millones de ejemplares en varios fascículos), y por el Ministerio de Educación de la Nación (más de 6 millones de ejemplares realizados). Participaron de estos registros 982 sellos, organismos e instituciones diferentes, sólo 9 menos que durante 2010.
- ❖ Dadas estas particularidades del ISBN, el Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), propone el análisis distintivo de un conjunto de sellos con cierta estabilidad en la actividad editorial (medida a través de una producción mínima durante los últimos años) y cuya producción se distribuye principalmente en librerías comerciales, llamado Núcleo Editorial Comercial (NEC). En esta clasificación, quedan excluidas las publicaciones institucionales sin fines de lucro, aquellas de carácter eventual, las ediciones de libros y fascículos que acompañan las tiradas de periódicos (que suelen ser muy grandes), las ediciones de autor y las realizadas por organismos estatales, entre otros registros del ISBN.
- ❖ Es así como el análisis del NEC, muestra una evolución más moderada, con aumento en los títulos inscriptos del 43%, pero con subas del 22% en el número de tiradas. El resultado es una disminución de la tirada promedio por título (cerca a 2.800 ejemplares), intensificando la estrategia aplicada en los últimos años por las grandes editoriales de surtir de variada oferta las librerías y otros medios de distribución, pero minimizando la pérdida ante la posibilidad de colocar pocos ejemplares.
- ❖ En lo que respecta al mercado interno, el aumento de la venta de libros se ve motorizado por la suba de precios más que por una suba sostenida de las cantidades vendidas. Según un informe realizado por la consultora PriceWaterhouse&Coopers (PwC), la Argentina es uno de los países de la región que menos gasta en libros (usd 4,3 per cápita), aunque se espera que sea el más dinámico entre 2011 y 2015 con una tasa de crecimiento promedio superior al 4% anual. Según la consultora esta suba de la facturación en dólares se producirá por la suba de precios que se viene registrando en la economía argentina y no así por una suba significativa en las cantidades de libros vendidos.
- ❖ Recientemente, las editoriales vieron retrasado el ingreso de libros importados. Dentro de las compras al exterior se distinguen los libros de autores extranjeros, editados e impresos en el exterior, de aquellos editados en el país pero que luego se envían a imprimir en gráficas del

<sup>2</sup> ISBN: International Standard Book Number. Por ley 22.399/81 todo libro editado en la República Argentina deberá llevar impreso este número del Sistema Internacional Normalizado para Libros. Su administración está a cargo de la Cámara Argentina del Libro.

exterior, principalmente de China, Chile, Uruguay y Colombia. Según el Ministerio de Industria de las 76 millones de impresiones realizadas en 2010, el 78% fue importada.

- ❖ Esta situación trajo a escena conflictos que vienen afectando la actividad tanto de editoriales como de gráficas, relacionados con el tratamiento del IVA. Los libros están exentos al pago del impuesto al consumo final, pero no así los insumos para su realización, lo cual llevaría a las gráficas locales a ser como mínimo 21% más caras que las externas. Además las gráficas hacen hincapié en que las publicaciones importadas no pagan IVA, ni poseen otro tipo de aranceles propios de la importación. Por otra parte, las editoriales esgrimieron que la industria local no posee la capacidad productiva necesaria para imprimir el volumen de publicaciones que se importa.
- ❖ En efecto, entre enero y julio de 2011 los productos editoriales importados mostraron una suba de 26% (usd 87,9 millones) motorizada por una suba de cantidades, mientras que las exportaciones del sector registraron un leve incremento (+3,6%) asociado a mayores precios. Así, el resultado comercial fue deficitario en usd 58,6 millones en el acumulado enero- julio de 2011, y mostró un deterioro de usd 17 millones respecto a igual período de 2010.
- ❖ Para normalizar el ingreso de publicaciones, las editoriales acaban de presentar un plan que se desarrollará en los próximos 12 meses orientado a equilibrar la balanza comercial. La propuesta presentada por la Cámara Argentina de Publicaciones y la Cámara Argentina del Libro, plantea mayores aportes de capital y la suba de las exportaciones.
- ❖ En el caso de la **industria gráfica en general**, el nivel de actividad resulta moderado, considerando los datos que arroja el EMI, siendo la favorable evolución de la economía en general fundamental para evitar un mayor deterioro de una industria focalizada en el mercado interno y con una mayor sensibilidad a retracciones del ciclo económico.
- ❖ El intercambio comercial de productos gráficos muestra un importante incremento en las importaciones (relacionado con fuerte suba de los precios implícitos de importación), aunque su peso continúa siendo poco significativo respecto a la industria local que abastece más del 95% de la demanda interna.
- ❖ Otro factor que aqueja al sector es la suba de costos. En el caso de los salarios, datos de INDEC muestran que la suba de los sueldos pagados por **la industria editorial y gráfica** están en sintonía con los aumentos otorgados por la media de la industria, siendo del 31% en el primer semestre del año. Otro insumo de relevancia es el papel, el cual muestra subas a nivel internacional, encareciendo tanto los papeles importados como los de producción local.
- ❖ Los desafíos de la industria de edición se asocian a cambios tecnológicos y hábitos de lectura. Existe una mayor competencia que se presenta tanto en las publicaciones diarias que poseen difusión en formatos electrónicos, como en el mercado del libro. Desde la Cámara Argentina de Papelerías, Librerías y Afines prevén que el negocio editorial en papel continúe en plena vigencia en el futuro cercano (en 2009 abarcaba el 94% de la producción argentina), aunque señalan que es importante que las librerías vayan evolucionando y preparándose para ofrecer formato digital.
- ❖ Expertos consideran que con la llegada del libro digital coexisten diversas maneras de leer. En 2010, se editaron 1.586 títulos en formato eBook, un 62% más que en 2007. La tasa de crecimiento esperada de las ventas en este mercado entre 2011 y 2015 sería del 35% a nivel mundial, llegando a facturar USD 12.339 millones, equivalentes al 10,5% de las ventas totales de libros estimada para 2015 (PwC). Aun así, el mercado a cubrir es muy amplio y la tendencia se da fundamentalmente en países desarrollados, mientras se espera un avance mucho más gradual en países como la Argentina. Según la National Association of College Stores (EE. UU.), en 2009 el mercado global de eBooks era del 4%, en 2010 ascendió al 10%, y para 2012 llegaría al 15%.
- ❖ En el caso de la industria gráfica, los desafíos están asociados a las mayores exigencias de la demanda respecto al diseño, formato y uso de materiales en sus producciones. En este sentido,

es fundamental la inversión en maquinarias de última tecnología, como en la calidad de las materias primas empleadas.

- ❖ En conclusión, la industria gráfica y editorial presenta distintas alertas en el corto plazo asociadas a la suba de costos y menor ritmo de crecimiento de la actividad económica. En el mercado del libro se suma la búsqueda por equilibrar la balanza comercial, estimulando el crecimiento de la impresión local, situación que en principio puede traer aparejado irregularidades en los flujos de las empresas afectadas.

#### *Destacados:*

- ❖ El grupo financiero The Old Fund, adquirió el 70% de Ciccone Calcográfica. La imprenta más moderna del país, donde se confeccionan DNI, pasaportes, incluso con capacidad para imprimir billetes, estaba siendo operada por otro gran jugador del mercado, Boldt, el cual debió dejar la planta de Don Torcuato antes de lo previsto. La quiebra de Ciccone había sido decretada a principios de agosto de 2010 por una deuda de \$239 millones con la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), lo cual generó el interés de sus principales competidoras para acceder a la cuota de mercado que Ciccone controla. Boldt logró acordar un contrato de locación con duración hasta agosto de 2011, y por el mismo tomó posesión de los bienes y se comprometió a mantener los puestos de trabajo y los empleados de Ciccone Calcográfica en las instalaciones de Don Torcuato, a excepción del personal jerárquico y de dirección. Estas empresas junto con IVISA, concentraban el 85% del mercado de valores e impresos de seguridad (El Cronista, Julio 2011).
- ❖ La principal editorial universitaria del país, Eudeba, lanza Eudeba Digital. La iniciativa promueve salir al mercado con una agresiva política de precios. Mientras la diferencia entre un libro en papel y uno en formato digital suele ser en general de entre el 20% y 30% promedio, Eudeba promete rebajarlos hasta un 70%, lo cual según los directivos de la editorial será un verdadero incentivo para que la gente decida cambiar el libro de papel por el e-book. La firma tiene previsto lanzar en el año 100 títulos nuevos y cada uno tendrá su edición en e-book, a los cuales se sumará la digitalización del 15% de los 700 títulos que comercializa en librerías (Clarín, junio 2011).

#### **b) Edición, grabación y reproducción de música**

- ❖ La industria de la música viene transitando un importante cambio, resultado del crecimiento exponencial de la reproducción ilegal. Este fenómeno de índole internacional golpea el negocio de las discográficas con el avance de soportes y formatos no tradicionales, donde el control de la piratería se hace extremadamente dificultoso.
- ❖ A nivel nacional, este proceso se hizo sentir con cierto rezago, asociado a la tardía difusión de las conexiones a internet por banda ancha. El 60% del mercado musical en soportes físicos no es legal (por no contar con las licencias correspondientes), y en el caso del acceso a través de Internet sólo el 1% se enmarca dentro de los términos legales. Así, las barreras de entrada a la oferta discográfica actualmente son muy bajas, afectando sobre todo a la comercialización.
- ❖ Las distintas leyes que se han promulgado para la protección de la actividad no resultan lo suficientemente eficaces en su aplicación como para inhibir la piratería.
- ❖ La actividad asociada a la edición y grabación de los distintos títulos musicales continúa siendo exclusiva de las discográficas, cuya explotación mantiene un importante grado de concentración. Los sellos con mayor presencia en el país son Universal, Sony-Music, Warner y EMI. También se encuentran discográficas de menor envergadura, cuyos estudios de grabación captan a grupos y músicos de perfiles diferenciados. Presentando este rubro mayores barreras a la entrada que la comercialización de música.

- ❖ La venta de originales es la rama del negocio discográfico que más se ve afectada por la piratería, con efectos no sólo en los sellos discográficos, sino en los puntos de venta y distribución (disquerías). En este sentido, el mayor desafío que presenta el rubro es el avance en formas de distribución acordes a la tendencia actual de consumo y que por sus características (fácil acceso, precios competitivos) desalienten la piratería.
- ❖ Similares características presenta el resto del sector productor y distribuidor de material audiovisual (películas, videos juegos, etc.), donde la inversión en producción, edición y distribución ve empañada su retribución ante la desleal competencia de la piratería.
- ❖ Asociado a este proceso, en los últimos años se observa la reestructuración de la oferta tanto a nivel nacional (con la salida de compañías emblemáticas como Gativideo, LKTel, o la reestructuración de Musimundo), como a nivel internacional.
- ❖ En este caso se destaca la venta del tercer sello discográfico más grande del mundo: Warner Music. En mayo, la compañía norteamericana anunció que sería adquirida por USD 3.300 millones por la compañía Access Industries, socia minoritaria con el 2% de las acciones. Hacía más de un año que la empresa había iniciado la búsqueda de compradores ante la caída de las ventas de discos a nivel mundial. Otro caso emblemático de los inconvenientes que enfrenta la industria de edición y reproducción audiovisual es Blockbuster. Esta compañía, también de origen norteamericano, vio desmantelar su mega red de locales a nivel mundial por la imposibilidad de competir con la piratería y el avance de la tecnología (que permite ver películas incluso online). En febrero, Blockbuster anunció que alcanzó un acuerdo con Cobalt Video, una compañía de responsabilidad limitada formada por varios fondos de inversión, que presentó una oferta mínima inicial. Así, solicitó al tribunal de quiebras de Estados Unidos permita llevar a cabo un proceso de subastas para maximizar el valor de los activos de la compañía, y acelerar el procedimiento de bancarrota.
- ❖ El último dato disponible corresponde a 2010, cuando el mercado de la música registró una disminución anual de 19% en las ventas de soportes físicos (CD, DVD, blu-ray, entre otros), acentuando la tendencia iniciada en 2008 y retro trayendo el mercado a los volúmenes de 2003.
- ❖ El mercado continúa concentrado en los CD (88% del total), soporte que se espera muestre una disminución tendencial, cercana al 2,5% promedio anual en sus ventas hasta 2013.
- ❖ La suba generalizada de precios, que también se materializó en este mercado, no logró compensar los menores despachos. La facturación de 2010 cerró en \$320,5 millones, un 4% inferior a la de 2009.
- ❖ La caída en las ventas de formatos “tradicionales” de música seguirá afectando a la actividad. Las grandes discográficas avanzan hacia una transformación, manteniéndose firmes en lo que respecta a la edición y grabación, y explorando otras ramas del negocio.
- ❖ Así, la programación y explotación de giras y recitales se convirtió en una importante fuente de ingresos para la industria musical. Una forma de constatar este proceso es la venta de entradas en shows, cuyo crecimiento fue del 100% en la Ciudad de Buenos Aires entre 2005 y 2009 y del 86% en todo el país.
- ❖ En el caso de la comercialización de música en formato digital, se presentaron mayores inconvenientes. Ejemplo de ello es la decisión de la casa matriz de Nokia de dejar de comercializar el servicio de descarga de música Ovi Music Unlimited a nivel global, afectando la tienda que en la Argentina estuvo en funcionamiento por sólo cuatro meses. La iniciativa de brindar un servicio de descarga de música en forma legal con derecho por un año integrado al costo del móvil, se lanzó en Inglaterra durante el año 2008. La compañía finlandesa había realizado un acuerdo con las grabadoras Universal Music, EMI, Warner Music Group y Sony, con el objetivo de competir con la plataforma iTunes de Apple. Sin embargo, Nokia habría tomado esta decisión en respuesta a la falta de popularidad del servicio. Si bien se espera que la venta en formato digital continúe (llegarían al 10% del mercado en 2013), el tiempo de maduración impedirá revertir la situación en el corto plazo.

*Destacados:*

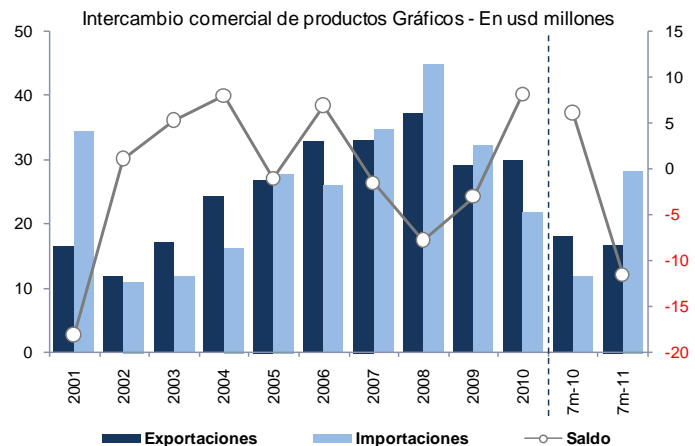
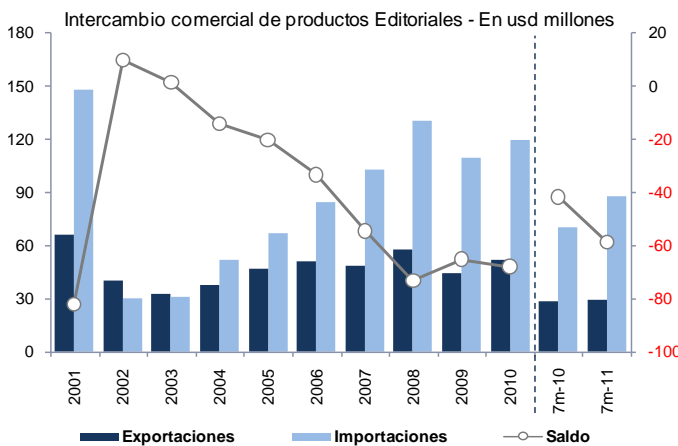
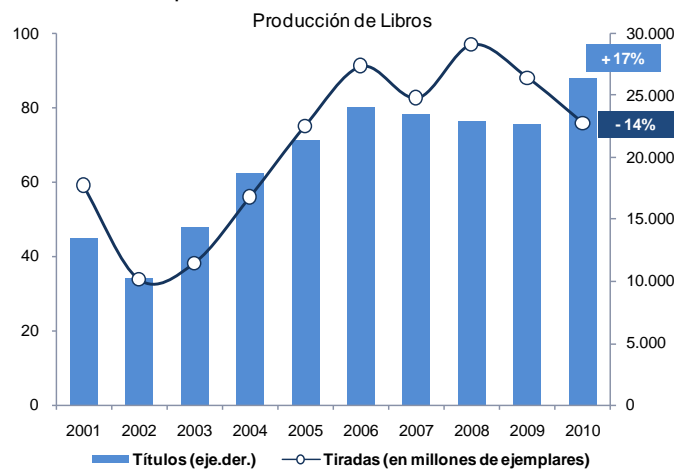
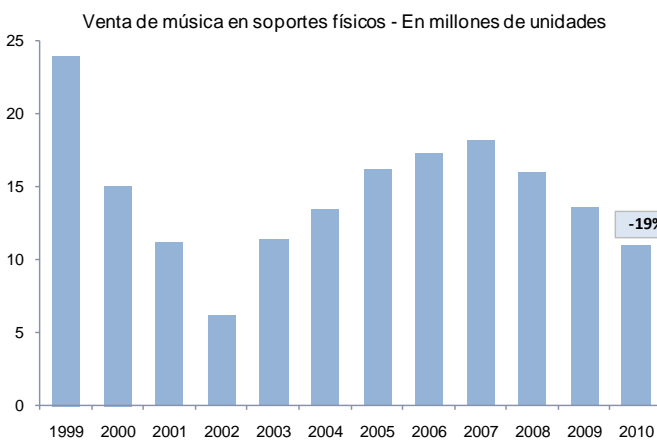
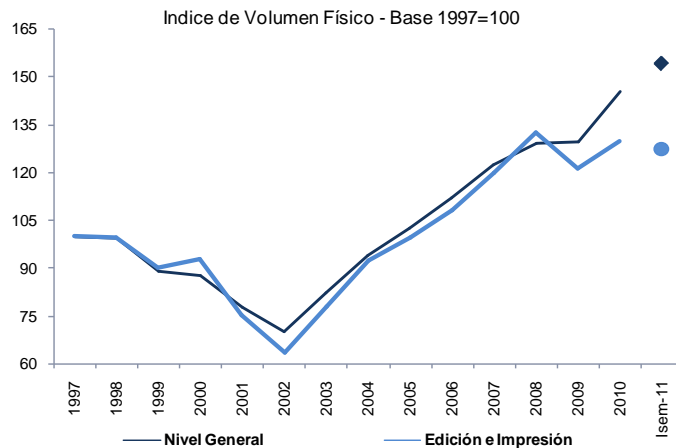
- ❖ Luego de que la cadena de electrodomésticos Megatone adquiriera, a principios de año, la empresa Musimundo, la cadena de venta de discos comenzó un amplio proceso de expansión. Es así que se oficializó la apertura de locales en Santa Fé, Córdoba y La Rioja, para lo cual realizará una inversión de \$ 2 millones por local. La expansión de Musimundo en el interior está relacionada con la preeminencia de Megatone en las provincias argentinas. Además, Musimundo afrontó un plan de reestructuración de su negocio, el cual ya no se centra sólo en la venta de discos, libros y películas, sino también en una amplia gama de productos para el hogar (BAE, Septiembre 2011).

## “Edición e impresión” en números:

Indicador	Unidad de medida	Período	dato	Variación Interanual	Variación Acumulada
<b>ACTIVIDAD Y CONSUMO</b>					
Industria (EMI)	Base	Ago-11	131,7	5,2%	8,1%
Edición e Impresión	2006=100		128,5	0,6%	0,8%
Uso Industrial (UCI)	%	Ago-11	78,1	-1, p.p.	1,8%
Uso Industria de edición e impresión			81,3	-3,8 p.p.	-4,4%
Volumen Físico de la Producción Industrial	Base	II-11	160,5	13,2%	13,6%
IVF de Edición e Impresión	1997=100		129,9	4,0%	7,2%
Producción papel para diario	Toneladas	Jun-11	14.074	8,6%	4,5%
Producción papel otros usos	acumuladas a:	Jun-11	136.699	4,1%	2,0%
Inversión Publicitaria en Diarios	\$ millones	1º semestre 2011	2.518,7	46,0%	//
Inversión Publicitaria en Revistas			327,3	35,7%	//
			<i>Acumulado a</i>		
Publicación de libros - (novedades y reimpresión)	Miles de tiradas	Mar-11	34.631	191,4%	100,2%
	Títulos		7.994	28,7%	42,4%
	tirada/título		4.287	327,2%	236,4%
Publicación de libros-NEC* (% del registro total)	Miles de tiradas	Mar-11	12.548	58,0%	21,9%
	Títulos		4.124	76,7%	43,3%
	tirada/título		3.069	-10,6%	-14,8%
Venta de música			<i>Los Cd's representaron 88% de las unidades.</i>		
Soportes físicos (estimado)	Miles unidades		11.000	-15,0%	//
Facturación al público	\$ millones	2010	320,5	-8,3%	//
Precio promedio	\$/Unidad		29,0	18,7%	//
Ventas en Shoppings - GBA	\$ miles	Jul-11	1.490.947	37,0%	32,6%
Ventas de Librería y papelería	\$ miles		17.447	29,6%	34,9%
<b>FINANCIAMIENTO</b>					
Stock préstamos a la Industria	\$ Millones	II-11	45.323	45,4%	42,6%
Edición, impresión y reproducción	\$ Millones	II-11	598,2	52,6%	43,1%
Calidad de cartera sectorial	%	II-11	94%	-1,4 p.p.	//
<b>COMERCIO EXTERIOR</b>					
<b>Exportaciones de Prod. EDITORIALES</b>					
Valor	USD miles		29.340	//	3,6%
Volumen	Toneladas	Ene-jul 2011	4.212	//	0,8%
Precio Implícito	USD/kilo		7,0	//	2,8%
<b>Importaciones de productos editoriales</b>					
Valor	USD miles		87.910	//	25,7%
Volumen	Toneladas	Ene-jul 2011	16.689	//	28,5%
Precio Implícito	USD/kilo		5,3	//	-2,2%
Saldo Comercial Editoriales	USD miles	Ene-jul 2011	-58.570	usd miles -16.953	
<b>Exportaciones de otros Prod. GRÁFICOS</b>					
Valor	USD miles		16.770	//	-7,2%
Volumen	Toneladas	Ene-jul 2011	1.309	//	-27,0%
Precio Implícito	USD/kilo		12,8	//	27,2%
<b>Importaciones de otros productos gráficos</b>					
Valor	USD miles		28.371	//	137,1%
Volumen	Toneladas	Ene-jul 2011	1.045	//	28,5%
Precio Implícito	USD/kilo		27,1	//	84,6%
Saldo Comercial Editoriales	USD miles	Ene-jul 2011	-11.601	usd miles -17.703	
<b>PRECIOS y COSTOS</b>					
Precios al Productor Nivel General	Base	Ago-11	502,14	13,3%	12,9%
IPP de Impresión y reproducción	1999 =100		320,65	8,7%	7,4%
IPP de Diarios y revistas			376,49	13,8%	10,7%
Precios Mayoristas (Papeles nacionales)	Base	Ago-11	482,3	11,2%	14,2%
Precios de importación papel y productos	1999 =100		441,3	9,3%	6,7%
Indice de Salarios por Obrero Industria	Base	II-11	696,4	30,4%	31,5%
ISO de Edición e Impresión	1997=100		541,8	34,1%	31,1%
Salario Real ajustado por Productividad-Ind.	Base	II-11	103,4	5,6%	5,8%
SR ajustado Prod. Edición e Impresión	1997=100		128,5	19,7%	14,3%

(\*) El Núcleo Editor Comercial (NEC), está compuesto por un conjunto de sellos con cierta estabilidad en la actividad editorial y cuya producción se distribuye principalmente en librerías comerciales.

**Anexo:**



**Fuentes de Información:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), Banco Central de la República Argentina (BCRA), Centro de Estudios para la Producción (CEP), Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), Cámara Argentina de Publicación (CAP), Cámara Argentina de Libro (CAL), Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas (CAPIF), Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines (FAIGA), Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAAP), Cámara Argentina de Agencias de Medios (CACEM), publicaciones en medios gráficos.

## 5) Sector: LABORATORIOS FARMACÉUTICOS

Analista a cargo: Lic. Nadina Bassini ([nbassini@bancociudad.com.ar](mailto:nbassini@bancociudad.com.ar))

### a) Laboratorios farmacéuticos (humanos y veterinarios)

- ❖ La industria argentina de medicamentos se halla conformada por aproximadamente 230 laboratorios, con un alto grado de diversidad en origen de capital y tamaño. La concentración resulta significativa dado que los principales 10 laboratorios representan el 42% del mercado, seis de los cuales son de capitales nacionales.
- ❖ El 51% de los laboratorios son nacionales y el 49% multinacionales, siendo uno de los tres países a nivel mundial donde la industria farmacéutica nacional es mayor que la extranjera (los otros países son Estados Unidos y Japón). Del total facturado, los nacionales concentran el 58%, mientras que el 42% restante queda en manos de multinacionales. En mercados como Brasil, de 400 laboratorios en funcionamiento, sólo el 25% son nacionales y en Uruguay la participación de nacionales es de 26%, mientras que los laboratorios argentinos tienen una importante presencia del 30%.
- ❖ Los laboratorios muestran una importante concentración geográfica, alojándose en la zona de la Ciudad Buenos Aires y el Gran Buenos Aires más del 80% de los laboratorios. Hacia el interior del país se destacan Córdoba y Santa Fe.
- ❖ En el caso de los laboratorios veterinarios, donde también se verifica diversidad de origen de capital y tamaño, muchos son divisiones de laboratorios de medicamentos humanos, y otros se dedican exclusivamente a especialidades veterinarias. La concentración en este mercado es mayor y se estima que los primeros 10 laboratorios concentran el 60% del mercado veterinario.
- ❖ La producción se destina principalmente al mercado interno, del cual se distingue el mercado de farmacias y el institucional (hospitales, sanatorios).
- ❖ Luego de la devaluación, el favorable contexto cambiario y de costos, llevó a varios laboratorios a realizar importantes inversiones para ampliar la salida exportadora y obtener el status sanitario acorde a los requerimientos del mercado internacional. El buen desempeño de las exportaciones trasciende el impulso que implicó para varios sectores productivos la vigencia de un tipo de cambio competitivo, dadas las ventajas del sector en recursos humanos, costos de análisis clínicos de medicamentos en desarrollo y aprovechamiento del vencimiento de licencias. Entre los principales laboratorios exportadores de medicamentos elaborados se encuentra Bagó, Roemmers, Gador y Sandoz.
- ❖ Las especialidades veterinarias también fortalecieron sus salidas exportadoras, claro caso de Biogénesis Bagó, con reconocimiento en el mercado de Estados Unidos, y con su ingreso en el mercado brasileño con la vacuna anti-aftosa.
- ❖ Pese a conocerse como un bien inelástico (cuya demanda es poco sensible a variaciones en precios o ingresos), en los últimos años el mercado argentino de medicamentos mostró importantes subas motorizadas por años de crecimiento económico. Esta dinámica también se relaciona con la recuperación del consumo per cápita de medicamentos, que a inicios de la década no pudo escapar a los efectos de la crisis de la Convertibilidad.
- ❖ Esta actividad muestra una alta potencialidad, con mercados en expansión, profesionales de trayectoria, ventajas en las fases de desarrollo y una constante evolución. Esta situación se evidencia en las inversiones y avances que se dan en los laboratorios de biotecnología.
- ❖ Según el Estimador Mensual Industrial elaborado por el INDEC, la elaboración de productos farmacéuticos creció 10,6% en el acumulado de enero-agosto de 2011, por encima de la suba registrada para la media de la industria (8%). Indicadores privados también coinciden en señalar un sostenido crecimiento de la industria farmacéutica, aunque en menor magnitud (+3% para igual período según el IPI de Orlando Ferreres). Sin embargo, para el año 2010 el EMI de

farmacéuticos cerró con una leve suba de 1,7%, mientras que el IPI-OJFerrerres lo hizo con una suba de 4%.

- ❖ Por su parte, según la encuesta realizada por INDEC, la facturación de 75 laboratorios que componen el núcleo farmacéutico se incrementó 38% durante el primer semestre de 2011 (\$ 6.807,5 millones). La dinámica en la venta de los laboratorios relevados continúa siendo apuntalada por el incremento del mercado interno, cuyas ventas aumentaron en 40% durante el período.
- ❖ Según datos del propio sector, la facturación de 2010 para la actividad habría superado su récord de 2008 llegando a usd 3.800 millones, aunque la tasa de rentabilidad sería menor a la de 1998, dado que desde el sector manifiestan que la suba en el precio promedio de los medicamentos fue inferior al ritmo de incremento de los costos.
- ❖ En el caso de los salarios, la FATSA (que agrupa a los trabajadores de laboratorios medicinales y veterinarios, administrativos y operarios de producción) acordó con las Cámaras de Laboratorios<sup>3</sup> subas para el 2011 (y con vigencia hasta mediados de 2012) del 35%. En el 2010 se había otorgado una suba de 33%. Este escenario se combina con un mayor demanda laboral del sector, la cual no siempre llega a cubrirse, por el grado de calificación e idoneidad que requiere la actividad.
- ❖ Por su parte, el registro de los precios de medicamentos es variado en base a la amplia gama de drogas y sus combinados, como a las presentaciones existentes. Según el índice de precios al productor que releva el INDEC para productos farmacéuticos, en agosto de 2011 se registró una suba de 8,5% a/a, valores que serían menores a las estimaciones privadas (incluso del mismo sector).
- ❖ Parte de las diferencias radican en los acuerdos que los laboratorios realizan con el Gobierno para aplicar descuentos a una determinada canasta de remedios, los cuales son tomados de referencia para medir el índice de precios. De hecho, se prorrogó hasta el 31 de diciembre de 2011 el descuento de 30% sobre 578 medicamentos, que vienen realizando laboratorios nacionales y extranjeros.
- ❖ El buen desempeño del mercado local, hizo que los despachos al exterior mostraran un dinamismo moderado durante 2010. Sin embargo, en el transcurso del año se verificaron mejoras en los volúmenes exportados e incrementos en los precios que permitieron ubicar las exportaciones en usd 494 millones durante el acumulado enero – agosto de 2011, con un incremento del 16% anual.
- ❖ Dentro de los rubros de exportación se destacan los medicamentos dosificados y preparados para la venta al por menor, por un valor equivalente al 84% de las exportaciones del primer trimestre (USD 414,8 millones). Muy por debajo le sigue la exportación de sangre y sueros, que generan el 11% del valor exportado. Con llegada a más de 100 destinos, se destacan las exportaciones a países latinoamericanos. En el acumulado enero-agosto de 2011, Brasil explicó el 17% de las divisas generadas, seguido por Uruguay (más zona franca) con el 13%, Venezuela (8%), y Chile (7%).
- ❖ En sintonía con la firme demanda de la actividad, las importaciones mantienen un ritmo de crecimiento sostenido. Durante 2010 las cantidades adquiridas registraron una suba de 26%, llegando a un valor de USD 1.565 millones (+29,6%). Datos para el acumulado enero-agosto de 2011 dan cuenta de cierta desaceleración de las compras al exterior. Los volúmenes adquiridos se incrementaron un 18%, mientras que los precios implícitos de importación disminuyeron 4%, lo cual llevó el valor de las importaciones a usd 1.196 millones en el período con una suba del 13% respecto a igual acumulado de 2010. Entre los rubros de importación se destacan los

<sup>3</sup> La Federación de Asociaciones de Trabajadores de la Sanidad Argentina (FATSA) acordó la renegociación del Convenio Colectivo de Trabajo N°42/89 con la Cámara Industrial de Laboratorios Farmacéuticos Argentinos (CILFA), Cámara de Especialidades Medicinales (CAEME), Cámara Empresaria de Laboratorios Farmacéuticos (COOPERALA), Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios (CAPROVE).

medicamentos preparados para la venta al por menor (con una participación en volumen y valor de 74% y 55%, respectivamente), y sangre y sueros (34% del total del valor importado). Los principales orígenes son Estados Unidos y Alemania, los cuales explican cerca del 16% cada uno del valor importado, seguidos por Suiza (1,5%) y Francia (8,3%).

- ❖ Así, las marginales mejoras que presentaron las exportaciones y el menor ritmo de crecimiento de las importaciones respecto a 2010, no fueron suficientes para evitar un mayor deterioro del saldo deficitario que caracteriza al sector. En el acumulado de 2011 el rojo asciende a usd 701,7 millones, cuando e igual acumulado de 2010 el déficit había sido de usd 633 millones.
- ❖ En el marco de las medidas gubernamentales guiadas a mejorar la posición externa de algunos sectores, se busca que los laboratorios radicados en el país incrementen la producción de aquellos productos farmacéuticos que ya se elaboran localmente. Por su parte, los laboratorios se comprometieron a realizar diversas inversiones para ampliar la capacidad productiva, para lo cual en algunos casos se accedió a la líneas de crédito del Bicentenario (Ver Novedades).
- ❖ En el corto plazo, los laboratorios farmacéuticos radicados en el país mantienen un buen desempeño y favorables proyecciones de crecimiento. Dan cuenta de ello, las numerosas inversiones y procesos de fusiones que se realizaron en los últimos años y continúan en la actualidad. Más allá de las discrepancias que pueden surgir sobre la magnitud de crecimiento del sector farmacéutico, los distintos indicadores dan cuenta de un sostenido dinamismo, cuya evolución en los últimos 10 años resultó similar a la media de la industria (Ver Anexo, gráficos).
- ❖ IMS Health pronostica un crecimiento del mercado farmacéutico mundial de entre 5% y 7% para 2011, hasta alcanzar la cifra de USD 880 mil millones, superior al crecimiento de 4%-5% de 2010. Los índices de crecimiento se expresan en dólares a valor constante con el fin de evitar el impacto de las tasas de cambio de las distintas monedas. Las restricciones subyacentes que limitan el crecimiento en los mercados desarrollados seguirán operando con fuerza, mientras que los mercados *pharmerging* (mercado de productos farmacéuticos emergentes) continuarían con su sólida expansión. Se espera que los 17 países considerados *pharmerging*, entre los cuales se encuentra la Argentina, muestren un crecimiento del 15%-17% en 2011, liderados por China (25%-27%).
- ❖ En efecto las mayores complicaciones se están dando en los laboratorios internacionales, donde sus balances agregados arrojan pérdidas. Este es el caso de Roche, grupo farmacéutico suizo que en el último tiempo estuvo instrumentando una política de achique. También Pzifer podría desprenderse de sus unidades de salud animal y nutrición, para focalizarse en sus negocios principales y amortiguar la pérdida de su exitoso remedio Lipitor contra el colesterol, cuya patente puede expirar este año, permitiendo la entrada de genéricos.

#### *Destacados:*

- ❖ El grupo chileno Corporación Farmacéutica Recalcine, que en años pasados compró los laboratorios locales Fada Pharma y de Northia (dos de los laboratorios de genéricos más grandes de país), inauguró una planta de medicamentos oncológicos en Pilar que demandó usd 20 millones. En las instalaciones se producirán medicamentos oncológicos, segmento que hasta el momento las empresas no realizaban. Como fabricantes de genéricos, estos laboratorios orientan el 75% de las ventas a hospitales públicos y sanatorios privados (Ambito Financiero, Septiembre 2011).
- ❖ El laboratorio francés Ceva Santé Animale SA, especializado en salud animal, adquirió el 100% del laboratorio argentino Instituto Sanidad Ganadera SRL, aunque no se dieron a conocer los términos financieros de la operación. La decisión de adquirir ISG, laboratorio que factura anualmente cerca de usd 3 millones, obedece a la estrategia del grupo francés de comenzar a producir localmente y disminuir la importaciones de sus oficinas instaladas en Argentina (Diario de Fusiones & Adquisiciones, septiembre 2011).

- ❖ La empresa Tecnovax está construyendo una planta para la elaboración de vacunas veterinarias con una inversión de \$12 millones. En el predio ubicado en la localidad bonaerense de Mercedes, se producirá la vacuna contra la hidatidosis, enfermedad parasitaria contagiosa. El producto se destinará al consumo interno y también se exportará a países de América Latina (La Nación, septiembre 2011).
  - ❖ Biogénesis Bagó se convirtió en el primer laboratorio del mundo en obtener la autorización de Estados Unidos para exportar, distribuir y vender su vacuna Bioftogen contra la fiebre aftosa en ese país. Desde 2006, la firma controlada en un 50% por laboratorios Bagó y otro 50% por el Grupo Insud y las familias Zito Gold, le proveía antígenos (el principio activo de la vacuna) al Banco Norteamericano de Antígenos de Fiebre Aftosa (Estados Unidos, Canadá y México). La aprobación del Servicio Veterinario del Departamento de Agricultura estadounidense (USDA), permitirá ampliar las ventas al exterior al servir como sello de calidad de la producción de Biogénesis Bagó, ya que el nivel de exigencia de los Estados Unidos es el más alto del mundo (El Cronista, Septiembre 2011).
  - ❖ Luego de dos años de haber vendido OCA, su último activo en la Argentina, el fondo Advent vuelve con la compra del laboratorio local LKM, por el cual el grupo habría realizado un desembolso de entre usd 40 millones y usd 60 millones para quedarse con la mayoría del paquete accionario. En el caso de LKM, la estrategia de Advent sería la de potenciar la expansión del laboratorio a otros países de la región. El foco de LKM está puesto en áreas terapéuticas como oncología, hematología, urología, infectología, tratamientos especiales, dermatología, sistema nervioso central y clínica médica, entre otros. Además, LKM tiene avanzada la compra del 50% de otro laboratorio, Quality Pharma, del cual ya es propietario del 50%. Esta operación, será heredada por Advent (El Cronista, Agosto 2011).
  - ❖ El laboratorio argentino Richmond inauguró una planta en el Parque Industrial de Pilar, que le permitirá duplicar su producción y facturación en cinco años, al aumentar sobre todo sus exportaciones de medicamentos para el tratamiento del HIV, enfermedades del sistema nervioso central y oncológico. La empresa destinó usd 14 millones, 60% con capital propio y 40% con un crédito del BICE, para construir la planta. A su vez, anunciaron inversiones para los próximos cuatro años de usd 7 millones para ampliar la capacidad (El Cronista, Agosto 2011).
  - ❖ Los directivos del Centro de Diagnóstico Veterinario (CDV), anunciaron la construcción de una segunda planta de 4.500 m<sup>2</sup> para producir vacunas para bovinos, caprinos, ovinos y peces. Así, destinará la planta actual a la producción de vacunas antiaftosa, lo que permitirá aumentar casi 70% la producción. CDV invertirá en la nueva planta \$26,9 millones, del cual 80% provendrá de un crédito del Bicentenario (El Cronista, Agosto 2011).
  - ❖ El laboratorio nacional Roemmers realizó un acuerdo a través del cual está entrando en el laboratorio Gramón con una participación accionaria del 50%, con lo cual busca obtener una mayor participación en el comercio de remedios de venta libre. No trascendieron los términos y el monto de la operación, pero a través de la misma la compañía pasa a quedar en manos de dos familias locales (Roemmers y la familia Serra). Entre los productos más conocidos involucrados se encuentran: Chofitol, Mictasol Azul, Ranitidina Millet, Merthiolate y Oralsone. A partir de la operación Roemmers tendrá la responsabilidad de toda la logística que quedará en manos de la distribuidora fundada por Roemmers: Rofina. Por otra parte, la planta que Gramón tiene en Munro, no entraría dentro del paquete final (BAE, Julio 2011).
- b) Farmacias polirrubros (grandes farmacias y cadenas), grandes droguerías, demás farmacias y pequeñas droguerías**
- ❖ La distribución y comercialización de los productos farmacéuticos para uso humano es llevado a cabo por droguerías y farmacias, además de los brindados por las instituciones médicas (hospitales, sanatorios y clínicas).

- ❖ En el caso de las droguerías el grado de concentración es elevado, dado que 3 empresas, de las aproximadamente 150 existentes, concentran el 60% de la distribución (Droguería del Sud, Monroe Americana y Droguería Barracas). Estas, a su vez, están estrechamente relacionadas con los principales laboratorios del país, contando con un poder de negociación más favorable que el resto de las empresas de distribución.
- ❖ La comercialización está altamente atomizada en aproximadamente 11.000 farmacias. Según datos de la Cámara Argentina de Farmacias, el 10% de las mismas concentran el 30% de las ventas.
- ❖ En el escenario post devaluación, la estructura de comercialización se volvió mucho más competitiva con la llegada de las grandes cadenas y el avance de las ya instaladas. Los principales referentes son Farmacity (que arribó al país en 1997), Zona Vital y Vantage (ambas con alta presencia en Capital y partidos del conurbano).
- ❖ La expansión de las cadenas fue en detrimento de las farmacias tradicionales. El potencial que presentan los formatos comerciales de las principales cadenas y grandes farmacias polirubros es muy amplio (dado que aun no tienen presencia en todo el país), sin embargo la legislación sobre este tipo de comercios pone un freno a la apertura de locales, limitando su potencial y creando mayores barreras a la entrada.
- ❖ Las farmacias tradicionales son la contracara del exitoso modelo de negocio de las cadenas farmacéuticas. Así, su potencial se ve disminuido ante la menor proyección de avances y lo costoso que resulta en varios casos la reconversión de sus negocios.
- ❖ A esto se suma la conflictiva situación respecto a los acuerdos con obras sociales, estando una vez más en una posición más desventajosa que las grandes cadenas. Los descuentos aplicados en la venta de medicamentos para socios de obras sociales (del 40%) es solventado en parte por las propias farmacias, las cuales se ven obligadas a hacerlos para asegurarse la concurrencia de sus afiliados.
- ❖ El conflicto con las prepagas se agudiza al producirse un descalce en los giros del negocio de las farmacias, con cobros a 60 y 90 días, contra pagos a droguerías y distribuidores a 30 días. En pleno crecimiento de la producción de laboratorios y del consumo de medicamentos, se ha producido el cierre sistemático de las farmacias tradicionales en el ámbito de la Capital Federal y Gran Buenos Aires.
- ❖ La diversidad de ingresos que poseen las farmacias polirubros, donde las divisiones de perfumería y artículos de higiene y tocador son significativas, permite contar con el capital necesario para afrontar los descalces en el giro del negocio de los medicamentos, aunque a su vez hace que el conjunto de sus ventas posea una mayor sensibilidad a cambios del ciclo económico.
- ❖ Los laboratorios han mostrado un buen balance en los últimos años, lo cual favoreció la distribución y comercialización de medicamentos, aunque repartidas en forma desigual entre grandes cadenas y farmacias tradicionales.
- ❖ Esta tendencia se mantiene y las ventas de medicamentos se refuerzan con la suba de precios y la ampliación del calendario de vacunas, cuya comercialización se realizó en parte a través de farmacias, sobre todo en el caso de la vacuna para la gripe (otras son entregadas directamente en hospitales y centros de salud estatales).
- ❖ El principal inconveniente para la actividad está en torno a la alta participación que tienen las farmacias sobre las bonificaciones en medicamentos a prepagas. Del descuento del 40% vigente para los afiliados de las prepagas, éstas últimas efectúan una compensación del 15%, por lo que el 25% restante tiene que ser costado por los comercios de medicamentos. Este convenio arraigado luego de devaluación se ha vuelto inviable para las farmacias, a medida que se fueron produciendo subas de costos (alquileres, salarios).

- ❖ Luego de amenazar con la suspensión de los descuentos a los afiliados a prepagas, las partes acordaron realizar un nuevo convenio que se terminó de definir en febrero. El acuerdo prevé una reducción en la bonificación que realizan las farmacias de entre uno y cinco puntos porcentuales, según el volumen de operaciones de las mismas. La medida tiene por objetivo que las farmacias más pequeñas, que son alrededor del 80% en la Ciudad y el Gran Buenos Aires, sean las que se hagan cargo de un porcentaje menor en los descuentos que deban realizar a los afiliados de las prepagas. En contraposición, las grandes cadenas están en condiciones de afrontar un descuento mayor sin perder rentabilidad. Además, se logró establecer el plazo para el reintegro de los descuentos por parte de las obras sociales dentro de los 30 días, cuando anteriormente llegaban hasta los 60 días.
- ❖ Otra particularidad del rubro es la falta de regulación en el comercio de medicamentos. Uno de los mayores logros para las farmacias, fue la aprobación de una ley por la cual se prohíbe la venta libre de medicamentos en kioscos y polirubros de todo el país. También establece que los medicamentos denominados de venta libre deberán ser dispensados personalmente en mostrador por farmacéuticos o personas autorizadas para expedirlos.
- ❖ La mencionada ley entró en vigencia en diciembre de 2009, aunque se mantuvo la venta en algunos kioscos y autoservicios, así como la presencia en góndolas en farmacias del tipo “Farmacity”, bajo el argumento de falta jurisprudencia de la Nación. Pese a los reclamos de las cámaras farmacéuticas de la Ciudad, y en medio de la sanción de medidas cautelares, lo cierto es que la comercialización sigue sin regirse por la ley nacional.
- ❖ La rivalidad que surgió entre farmacias tradicionales y grandes cadenas, en particular con la exitosa Farmacity, se fue agudizando; llegando incluso al ámbito legal. La Confederación Farmacéutica Argentina (COFA), denunció a la cadena controlada por el grupo Pegasus ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. A su vez estiman, que la apertura de una nueva boca de expendio de Farmacity, determina en el corto plazo el cierre en promedio de 20 farmacias tradicionales. Esta denuncia se suma a la presentada por el Colegio de Farmacéuticos de Mendoza, donde la empresa ingresó hace más de dos años, tras adquirir las cadenas Mitre y del Aguila compuesta en total por 23 farmacias. Según los directivos de Farmacity, su incidencia en el mercado nacional no llegaría al 5%, lo cual haría difícil probar una posición dominante.
- ❖ Si bien se verifican subas en los precios de los medicamentos en general, los costos de las farmacias y droguerías asociados al pago de sueldos también vienen aumentando. La FATSA acordó para los trabajadores de droguerías y distribución farmacéutica una suba de 34% (aunque escalonada a lo largo del año), con vigencia hasta mayo de 2012 (en el año 2010 se había otorgado una suba de 37%). En el caso de los representados por la Asociación de Empleados de Farmacias (ADEF), las subas acordadas fueron superiores al 31%, también bajo la modalidad de escalonamiento y con vigencia a marzo de 2012. En este caso, el nuevo acuerdo implica una mejora de 6 puntos porcentuales respecto al acuerdo vigente el año anterior.
- ❖ Si bien se produjo un cambio en el esquema de descuentos, sus efectos pueden resultar escasos ante un escenario inflacionario y con fuerte suba de costos (sobre todo salariales). La erosión de la rentabilidad de las farmacias en general y particularmente las farmacias de barrio, continúa siendo un factor de achicamiento y concentración de las ventas farmacéuticas, afectando sus tendencias en el corto plazo.

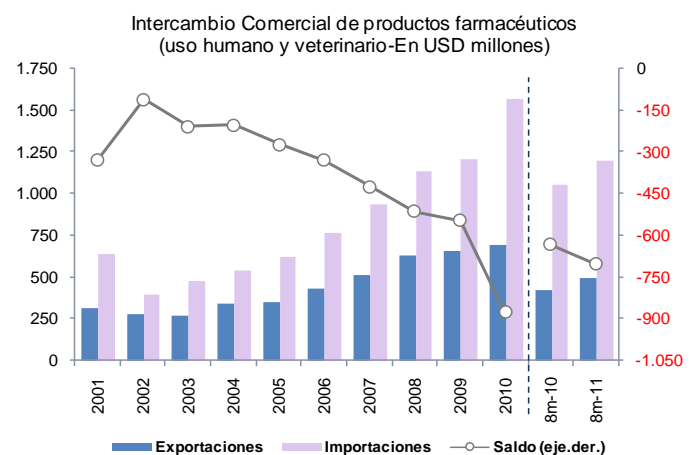
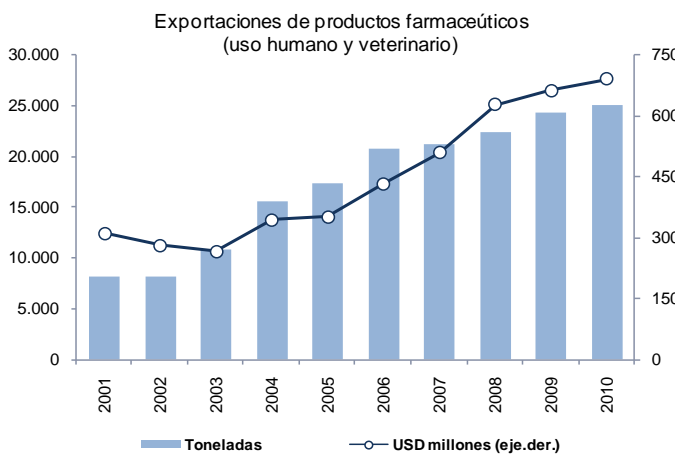
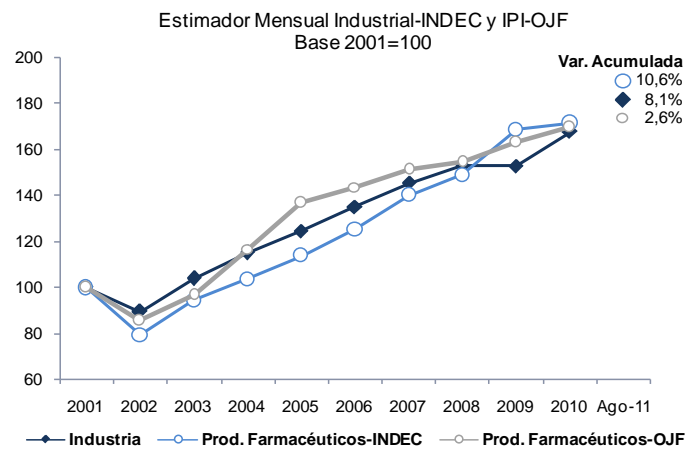
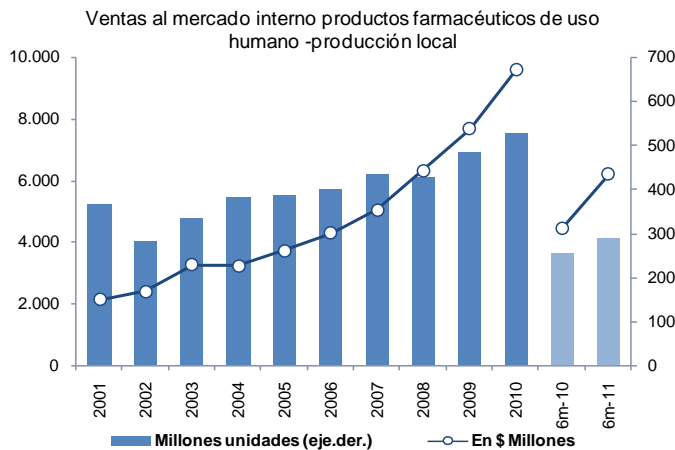
**“Laboratorios farmacéuticos” en números:**

Indicador	Unidad de medida	Período	dato	Variación Interanual	Variación Acumulada
Actividad industrial general (EMI)	Base 2006=100	Ago-11	135,5	5,2%	8,1%
Productos farmacéuticos			//	10,2%	10,6%
Ventas de producción propia*			3.752	30,3%	37,7%
Ventas al mercado interno	\$ Millones	II-11	3.425	31,2%	39,9%
Ventas al exterior			327	21,6%	17,8%
EXPORTACIÓN de Productos Farmacéuticos**					
Valor	USD Miles		494.025	//	16,1%
Volumen	Toneladas	Ene-ago 11	17.082	//	7,6%
Precio implícito promedio	USD/ Kilo		28,9	//	7,9%
IMPORTACIÓN de Productos Farmacéuticos					
Valor	USD Miles		1.195.705	//	13,0%
Volumen	Toneladas	Ene-ago 11	15.500	//	17,9%
Precio implícito promedio	USD/ Kilo		77,1	//	-4,2%
SALDO COMERCIAL	USD Miles	Ene-ago 11	-701.680	<i>Var. En usd</i>	-68.678
Precios al Productor General	Base	Ago-11	502,14	13,3%	12,9%
IPP farmacéuticos y veterinarios	1993=100	Ago-11	381,93	8,5%	8,0%
Acuerdos Salariales					
Personal de laboratorios medicinales y veterinarios	Acuerdo vigente hasta Jun-2012		35%	+ 2 pp	Las subas son escalonadas, con un efecto diferente en el promedio.
Empleados de droguerías y distribución	Acuerdo vigente hasta may-2012		34%	- 3 pp	
Asociación de Empleados de Farmacias	Acuerdo vigente hasta mar-2012		31,7%	+ 5,7 pp	
Demanda Laboral					
Empresas de productos farmacéuticos que realizaron búsqueda Laboral	%	IV-10	56,1	+ 14,6 pp	
... y que no cubrieron sus necesidades	%		0,0	- 41,5 pp	

(\*) Encuesta realizada por INDEC a 75 empresas que constituyen el núcleo de la industria farmacéutica nacional (uso humano). Los datos de facturación no incluyen IVA y corresponden a precios mayoristas de salida de fábrica.

(\*\*) Productos farmacéuticos para medicina humana y veterinaria.

## Anexo:



### Intercambio Comercial de Productos Farmacéuticos de uso Humano y Veterinario Acumulado Enero - Agosto de 2011

EXPORTACIONES	USD Miles	Part. %	Var. Acum. 2011/2010	Kilos	Part. %	Var. Acum. 2011/2010	Precio (USD/Kg)
Glándulas y demás órganos para usos opoterápicos y demás sustancias humanas o animales para usos terapéuticos o profilácticos	8.836	1,8	48,0%	301.028	1,8	12,9%	29,35
Sangre humana, sangre animal preparada, antisueros, demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos, vacunas	53.505	10,8	22,3%	4.853.782	28,4	-2,7%	11,02
Medicamentos constituidos por productos mezclados entre sí, para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar ni acondicionar para la venta al por menor	8.311	1,7	0,2%	621.546	3,6	708,9%	13,37
Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados o acondicionados para la venta al por menor	414.865	84,0	15,1%	11.090.833	64,9	7,3%	37,41
Guatas, gasas, vendas y artículos análogos, acondicionados para la venta al por menor con fines médicos, quirúrgicos, odontológicos o veterinarios	1.448	0,3	3,8%	106.601	0,6	-15,2%	13,58
Otros productos n.c.p. (p/ suturas quirúrgicas, reactivos, cementos odontológicos, botiquines, anticonceptivos hormonales, desechos farmacéuticos)	7.060	1,4	25,5%	108.391	0,6	28,5%	65,13
<b>Total</b>	<b>494.025</b>	<b>100</b>	<b>16,1%</b>	<b>17.082.180</b>	<b>100</b>	<b>7,6%</b>	

**Intercambio Comercial de Productos Farmacéuticos de uso Humano y Veterinario  
Acumulado Enero - Agosto de 2011**

<b>IMPORTACIONES</b>	<b>USD Miles</b>	<b>Part. %</b>	<b>Var. Acum. 2011/2010</b>	<b>Kilos</b>	<b>Part. %</b>	<b>Var. Acum. 2011/2010</b>	<b>Precio (USD/Kg)</b>
Glándulas y demás órganos para usos opoterápicos y demás sustancias humanas o animales para usos terapéuticos o profilácticos	13.959	1,2	58,8%	1.968	0,0	29,9%	7.094,44
Sangre humana, sangre animal preparada, antisueros, demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos, vacunas	407.536	34,1	-6,5%	800.880	5,2	15,8%	508,86
Medicamentos constituidos por productos mezclados entre sí, para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar ni acondicionar para la venta al por menor	51.513	4,3	12,8%	1.664.340	10,7	30,9%	30,95
Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados o acondicionados para la venta al por menor	662.233	55,4	30,0%	11.445.741	73,8	16,4%	57,86
Guatas, gasas, vendas y artículos análogos, acondicionados para la venta al por menor con fines médicos, quirúrgicos, odontológicos o veterinarios	9.893	0,8	55,8%	948.389	6,1	69,7%	10,43
Otros productos n.c.p. (p/ suturas quirúrgicas, reactivos, cementos odontológicos, botiquines, anticonceptivos hormonales, desechos farmacéuticos)	50.571	4,2	-4,1%	639.005	4,1	-19,2%	79,14
<b>Total</b>	<b>1.195.705</b>	<b>100</b>	<b>13,0%</b>	<b>15.500.322</b>	<b>100</b>	<b>17,9%</b>	
<b>SALDO COMERCIAL (USD miles)</b>	<b>-701.680</b>	<b>Var. -68.678</b>					

**Fuentes de Información** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), Ministerio de Economía (MECON), Ministerio de Salud y Ambiente de la Nación, Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios (CAPROVE), Cámara Industrial de Laboratorios Farmacéuticos Argentinos (CILFA), Federación Argentina de Cámaras de Farmacias, Federación de Sindicatos de Sanidad (FATSA), Asociación de Empleados de Farmacia (ADEF), IMS Health, medios periodísticos gráficos.

## 6) Sector: PETRÓLEO, GAS Y COMBUSTIBLE

Analista a cargo: Lic. Nadina Bassini ([nbassini@bancociudad.com.ar](mailto:nbassini@bancociudad.com.ar))

### a) Extracción de petróleo y gas natural, su procesamiento (combustibles) y distribución de gas

- ❖ Tanto la producción de petróleo y gas, como su procesamiento, se caracterizan por requerir de una gran inversión en exploración, instalaciones y redes de distribución, lo cual implica altas barreras a la entrada.
- ❖ Dentro de cada eslabón productivo se registra un importante grado de concentración. La exploración, explotación y producción de petróleo y gas natural está dominada por YPF, Pan American Energy, Chevron, Tecpetrol, Total y otras firmas de menor envergadura pero con creciente presencia (Medanito, Apache, etc.). En la refinación y distribución de derivados del petróleo se destacan YPF, Petrobras, Shell y Pan American Energy (esta última luego de la reciente adquisición de la refinería y estaciones de servicio de la norteamericana ESSO). En el caso del gas natural, las redes de gasoductos están a cargo de dos licenciatarias (Transportadora de Gas del Norte y Transportadora de Gas del Sur), mientras que en el servicio de distribución las licencias se dividen por regiones entre las empresas Metrogas, Camuzzi Gas del Sur, Gas Natural Ban, GasNEA, GasNor, Cuyana, Litoral, Centro, Pampeana.
- ❖ En los años 90', el mercado de hidrocarburos nacional se flexibilizó con la privatización de YPF y Gas del Estado y la entrada de grandes jugadores internacionales. Sin embargo, el cambio de condiciones que se dio a raíz de la devaluación (con congelamiento de tarifas, control de precios y cobro de derechos de exportación), fue limitando las ganancias de la actividad y las inversiones en exploración. En petróleo el nivel de retenciones fue creciendo hasta llegar en el año 2007 al establecimiento de retenciones móviles que buscan aislar el precio interno de las fluctuaciones en el mercado internacional. De acuerdo a la Resolución n° 394/2007 del Ministerio de Economía, toda vez que el precio internacional del barril de petróleo crudo supera los USD 60,90 se establecen retenciones crecientes que dan por resultado un ingreso tope para el exportador de USD 42 por barril. El mismo criterio, con diferentes niveles de referencia, rige para las exportaciones de productos derivados. En el caso del gas, el desincentivo a su exportación es mucho mayor, alcanzando las retenciones un nivel del 100% del precio más alto establecido en contratos de importación de gas natural.
- ❖ Lo prolongado de esta situación (virtual estancamiento en los precios del sector hasta el año 2007), junto con el "envejecimiento" de los pozos en actividad, comenzó a trasladarse a la producción de hidrocarburos, reforzando la tendencia decreciente en la producción de petróleo que había comenzado en 1998, y contribuyendo a la caída en la producción de gas que comenzó a registrarse en 2004. Como consecuencia de inadecuados niveles de rentabilidad, producto del estancamiento en los precios del sector, se resintieron también las inversiones en exploración. Esto se tradujo, a su vez, en una caída continua en las reservas de petróleo y, principalmente, de gas natural. En 2009 las reservas de gas natural se situaron en los 379.000 millones de m<sup>3</sup>, poco menos de la mitad del nivel existente a comienzos de la década. En petróleo, con un descenso menos marcado, las reservas se ubicaron en 2009 alrededor de los 398 millones de m<sup>3</sup>, un descenso del 16% respecto a los niveles vigentes al comienzo de la década.
- ❖ El ciclo de fuerte crecimiento económico de los últimos años, junto con la marcada desinversión en infraestructura y explotación energética, llevó a importantes problemas de provisión. Los problemas de escasez derivados de esta insuficiencia de la producción ante el crecimiento de la demanda se hicieron sentir fundamentalmente en el caso del gas natural. Con una matriz energética fuertemente sesgada hacia el uso de este combustible, todo crecimiento importante en el nivel de actividad de la economía se traduce en un marcado aumento en la demanda de gas.

- ❖ Para paliar esta situación se implementaron una serie de medidas, entre las que se destacan: la importación de gas proveniente de Bolivia, la importación de gas licuado de petróleo por vía marítima, y el lanzamiento de programas de incentivo a la producción y exploración –Gas Plus y Petróleo Plus- que promueven el desarrollo de nuevos yacimientos vía cierta liberalización de los precios del gas y el petróleo obtenidos en estos emprendimientos. En situaciones límites, principalmente durante períodos de bajas temperaturas, se dispuso la racionalización de energía, con cortes para la industria y grandes usuarios, priorizando el servicio a los hogares.
- ❖ El comercio exterior reflejó estos cambios y en gas el país pasó a ser importador neto, mientras que la condición de exportador neto de combustibles se vio progresivamente deteriorada (fundamentalmente debido a las importaciones crecientes de gasoil y fueloil), llegando incluso a revertirse sobre finales de 2010.
- ❖ Para recortar el déficit de gasoil, el gobierno promueve un mayor corte con biodiesel, que pasó de 5% a 7%; planeándose, además, una suba al 10%. El biodiesel y el bioetanol, si bien permiten atenuar la falta de gasoil y aumentar la oferta de naftas, generan presiones al alza en los precios de los combustibles ya que su precio sube de la mano de los precios de los cereales y oleaginosas empleados en su producción. Cuanto mayor es el porcentaje de corte, mayor es el peso del biodiesel y el bioetanol en la estructura de costos de las refinadoras, y mayor su influencia en los precios finales de las naftas y el gasoil. Por otro lado, el mayor corte con biodiesel reduce los saldos exportables de aceite de soja por lo que su efecto sobre la balanza comercial depende de la evolución de los precios relativos del aceite de soja y el gasoil.
- ❖ En lo que hace al transporte y distribución de gas natural, el congelamiento en las tarifas -en combinación con elevados niveles de deuda en moneda extranjera y un incremento continuo en los costos producto del proceso inflacionario- generó, tanto en las empresas transportistas como en las distribuidoras, un fuerte deterioro en su ecuación económico-financiera que en algunos casos extremos derivó en convocatorias de acreedores.
- ❖ En el último año, continúan los incrementos en los precios al público de los combustibles, con alzas que rondan el 18% interanual en el caso del gasoil y el 26% en el caso de la nafta súper.
- ❖ Estas subas vienen teniendo lugar desde el año 2007 en toda la cadena, disminuyendo la brecha que se generó tras la devaluación con el precio cobrado en otros países de la región. De todos modos, la diferencia se mantiene entre 1,5 y 2,5 veces con respecto a los valores cobrados al público en la Ciudad de Buenos Aires, existiendo también diferencias entre los precios pagados en la Capital Federal y el GBA versus el resto del país.
- ❖ El fuerte impulso que registró la venta de automotores en 2010 y lo que va de 2011, en línea con el crecimiento de la economía, generó incrementos importantes en las ventas de combustibles más allá de los aumentos en los precios. A esto se suma, de la mano de cosechas voluminosas, una creciente demanda de gasoil por parte de las actividades vinculadas al agro.
- ❖ En este contexto, las petroleras vieron crecer fuertemente sus beneficios durante 2010 tanto en refinación (efectos precio y cantidad) como en producción de petróleo crudo (efecto precio). Los mayores ingresos de las petroleras permitieron afrontar de mejor manera los significativos aumentos salariales reclamados por los gremios del sector. Valga aclarar, no obstante, que los salarios no constituyen un componente decisivo en la estructura de costos de las empresas del sector (que es fundamentalmente capital intensivo).
- ❖ Sobre mediados de 2011, el sostenido crecimiento en la demanda de combustibles, sumado a algunos conflictos puntuales que afectaron la producción de crudo en el sur del país, dio lugar a numerosas situaciones de escasez de combustibles en el interior del país. Aquí juega, fundamentalmente, el estancamiento en la capacidad de procesamiento de las refinadoras locales, producto, a su vez, de la falta de inversiones. A modo de ejemplo, mientras las ventas de naftas se incrementaron un 68% entre 2005 y 2010, la producción creció apenas un 2% en el mismo lapso. Adicionalmente, con la brecha que todavía subsiste entre los precios locales de los

combustibles y los precios internacionales, no resulta rentable para las petroleras cubrir con importaciones los déficits en la provisión de combustibles.

- ❖ Las empresas transportadoras y distribuidoras de gas también afrontan una mayor demanda. Los ajustes tarifarios, no obstante, muestran tibios avances con la suscripción de acuerdos transitorios entre el Gobierno y las licenciatarias (Camuzzi Gas Pampeana, Litoral Gas, TGS, TGN, Metrogas), aunque sigue sin resolverse la cuestión de fondo: la publicación de nuevos cuadros tarifarios post-devaluación por parte del Enargas (Ente Regulador del Gas). Con tarifas congeladas y costos creciendo en paralelo con la inflación, la mayor demanda golpea los resultados operativos.
- ❖ Hasta el momento Gas Natural Ban fue la única en recibir una recomposición efectiva, mientras que Metrogas, la mayor distribuidora del país, continúa con reiterados reclamos. Metrogas cerró 2009 con un rojo de \$78 millones y 2010 con una pérdida de \$72 millones. Esto llevó a la empresa a presentarse en convocatoria de acreedores ante la imposibilidad de seguir haciendo frente a sus pasivos u obligaciones.
- ❖ En la medida que finalmente en 2012 se produzcan incrementos en las tarifas de gas natural, podría esperarse alguna mejora en los ingresos de las empresas distribuidoras. Sin embargo, resulta altamente probable que la mayor parte de un eventual incremento en las tarifas, se realice de forma escalonada y segmentada, destinándose a reducir los subsidios gubernamentales antes que a mejorar la ecuación económica de las empresas.
- ❖ Con el incremento en la brecha entre producción y consumo de gas natural, en 2011 continúan, en volúmenes crecientes, las importaciones de gas natural vía Bolivia y GNL a través de las plantas regasificadoras ubicadas en Bahía Blanca y Escobar.
- ❖ Las mejoras en el contexto internacional y la mayor flexibilización en materia de precios se correspondieron con el anuncio de algunas inversiones, muchas de las cuales habían sido postergadas en el marco de la crisis internacional. La construcción de obras petroleras mostró en 2010 una mejora de 49%, luego de una fuerte disminución en 2009 (-35%), producto de los coletazos de la crisis internacional y la caída de los precios de las materias primas, incluido el petróleo. En el acumulado a Julio de 2011 las construcciones petroleras muestran una mejora del 11% respecto a igual periodo del año anterior.
- ❖ En el caso del gas, la mayoría de las inversiones en explotación se hicieron en el marco del programa Gas Plus. Este programa fue puesto en vigencia en 2008 con la intención de generar incentivos a la incorporación de nueva producción de gas. La Secretaría de Energía aprobó sendos proyectos de exploración y puesta en producción de gas natural en las provincias de Río Negro, Neuquén y Salta. La puesta en marcha del Programa Gas Plus ha generado las condiciones para el desarrollo y explotación de yacimientos gasíferos no convencionales, que por sus mayores costos de explotación requerían mayores precios de venta para ser viables. El desarrollo de estos yacimientos en el marco del Programa Gas Plus ha promovido acuerdos entre empresas exploradoras y productoras como YPF y Apache e importantes consumidores de gas natural como Pampa Energía y la minera brasileña Vale do Rio Doce que buscan asegurarse la provisión del fluido. Pampa Energía celebró un acuerdo con Apache con vistas a asegurarse la provisión de gas para su central térmica de Loma la Lata. Vale do Rio Doce hizo lo propio con YPF a fin de asegurar el suministro de gas para su proyecto minero Potasio Rio Colorado en la provincia de Mendoza.
- ❖ Algunas empresas, no obstante, muestran reparos a la hora de celebrar contratos para la provisión de gas en el marco del Programa Gas Plus (estos contratos, como se mencionó, contemplan precios sensiblemente mayores a los precios alternativos del fluido) ya que a su juicio faltan certezas respecto a la no interrupción de los suministros pactados bajo el paraguas de este programa. En los últimos años, ante la escasez de gas en los meses de invierno, suministros que habían sido pactados –y remunerados- como no interrumpibles, han sido en efecto interrumpidos generando importantes inconvenientes para las industrias involucradas.

- ❖ YPF anunció en noviembre de 2010 el descubrimiento de un importante yacimiento de gas en arenas compactas que, de acuerdo a fuentes de la empresa, permitiría dar un salto sustancial en el horizonte de reservas del país. En mayo de 2011 la petrolera anunció también el descubrimiento de un yacimiento de petróleo no convencional (shale oil) que rondaría los 150 millones de barriles, número que equivale al 8% de las reservas argentinas de petróleo o al total de la producción anual argentina de crudo.
- ❖ Si bien en el mediano plazo la puesta en producción de yacimientos no convencionales en el marco del Programa Gas Plus podría contribuir a disminuir el déficit en la provisión de este fluido, en lo inmediato, los actores del sector coinciden en que el país no posee excedentes de combustibles como para enfrentar un pico de demanda o una reducción puntual de oferta. El descalce que se viene produciendo entre oferta y demanda llevó a un nivel de sensibilidad extrema a la matriz energética nacional. Aunque ahora se realicen esfuerzos por mejorar las condiciones de inversión e impulsar el crecimiento del sistema energético, las iniciativas poseen un tiempo de maduración, y este contrasta con lo inmediato de la mayor demanda. Como resultado de esto es de esperar que, al menos en el corto plazo, continúen creciendo las importaciones de gas y derivados de petróleo.
- ❖ En lo que hace a la producción de derivados se destaca recientemente la inauguración de una nueva refinería en la provincia de Neuquén con capacidad para producir 445 mil metros cúbicos de naftas por año, equivalente a aproximadamente un 7% del consumo actual del país. No obstante, más allá de lo positivo de este incremento, para que la producción de derivados acompañe el dinamismo de la demanda (+8% en 2010 y +11% i.a. en el acumulado a julio de 2011) se requieren inversiones de un calibre mayor, que por el momento continúan ausentes.
- ❖ Por último, el gobierno modificó recientemente el régimen que regula la liquidación de divisas del sector petrolero, obligando a las empresas del sector a liquidar en el mercado local de cambios el 100% de las divisas que obtienen por sus exportaciones. La medida no parecería tener, en principio, un efecto adverso directo sobre la operación diaria de las empresas puesto que estas ya liquidan en el país la mayor parte de sus ingresos por exportaciones, alrededor del 70%; porcentaje muy superior al 30% a que estaban obligadas hasta ahora. No obstante esto, la medida sí afecta la percepción del riesgo asociado al ejercicio de la actividad petrolera en el país, en particular en lo relacionado con el riesgo de transferencia y convertibilidad de los fondos generados localmente. Esto ya ha producido una rebaja en la calificación de petroleras locales por parte de las agencias calificadoras de riesgo, lo cual podría traducirse en mayores costos de financiamiento. A mediano y largo plazo, podrían verse afectados los niveles de inversión, con el consiguiente efecto sobre el nivel de actividad sectorial.

## **b) Exendedoras de combustible**

- ❖ La instalación de una estación de servicio (sea de combustibles tradicionales o GNC) demanda un monto de inversión significativo, hecho que genera una importante barrera a la entrada.
- ❖ Aún así, la oferta se encuentra muy atomizada y la relación que guardan las estaciones con sus proveedores genera ciertas diferencias. Las estaciones vinculadas a petroleras (YPF, Shell, Esso y Petrobras) poseen una mejor provisión de combustibles, mejores condiciones de financiamiento y desarrollan servicios conexos (como lubricentros, lavaderos, minimercados). En cambio, las estaciones de bandera blanca (independientes), están sujetas a la disponibilidad de la oferta y a ecuaciones de rentabilidad más ajustadas (lo que llevó a la salida del negocio a muchas de ellas en los últimos años).
- ❖ La particular situación del mercado energético nacional también afecta a este rubro, en el que el control de precios recae mayormente en las estaciones de servicio de la Ciudad de Buenos Aires y alrededores, donde la medición de precios es más controlada. Este factor se combinó con la suba de los salarios sectoriales (cuyo peso en la estructura de costos es más significativo que en el resto de la cadena), comprometiendo seriamente la rentabilidad de los estacioneros.

Fuentes del sector estiman que desde 2003 bajaron las persianas unas 2000 estaciones de servicio, 250 de estas durante 2010.

- ❖ La demanda de combustibles se muestra más dinámica ante la reactivación de la actividad económica. Pese a la suba registrada en el precio de los combustibles, el consumo experimentó durante el último año incrementos significativos. Se destaca el crecimiento en la comercialización de nafta premium, con una variación anual en los volúmenes comercializados del 36% en el acumulado a julio de 2011, mientras que la nafta súper (la de mayor volumen de ventas) registró un incremento del 7% en el mismo período. El consumo de nafta común muestra una retracción con respecto al año anterior, siendo el único segmento en presentar un retroceso.
- ❖ Durante el último año se produjeron incrementos importantes en los precios al público de los combustibles. El precio del gasoil (en surtidor sin impuestos) creció un 16% en Junio de 2011 respecto a los valores de un año atrás, a la vez que el precio de la nafta súper (en surtidor sin impuestos) lo hizo en un 17%. Estos incrementos ayudaron parcialmente a compensar los mayores costos. De acuerdo a información del sector, los costos laborales (uno de los principales componentes de la estructura de costos de este subsector con una participación aproximada del 65%) se incrementaron un 35% en 2010.
- ❖ La escasez de combustibles que se vivió a mediados de 2011 en varias provincias ha tenido efectos poco favorables sobre los dueños de estaciones de servicio (afectando fundamentalmente a aquellas de bandera blanca).
- ❖ La escasez de combustibles que se vivió a mediados de 2011 en varias provincias ha tenido efectos poco favorables sobre los dueños de estaciones de servicio (afectando fundamentalmente a las estaciones de bandera blanca). En muchos casos las estaciones se ven obligadas a vender con tarjetas en lugar de efectivo para no perder clientes; esto genera un descalce de plazos entre el momento en el que ingresan los fondos de las ventas con tarjeta (generalmente a las dos o tres semanas) y el momento en el que deben afrontar los costos operativos. Adicionalmente, con volúmenes de venta significativamente reducidos, los costos fijos (personal, consumo de energía y otros) castigan en mayor medida los resultados operativos.

**“Petróleo, gas y combustible” en números:**

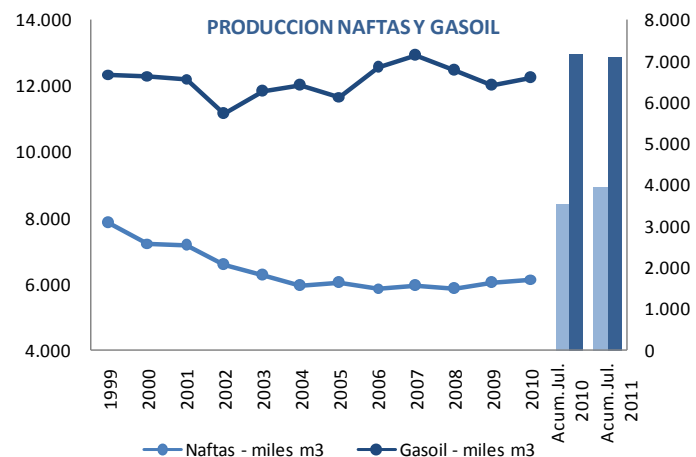
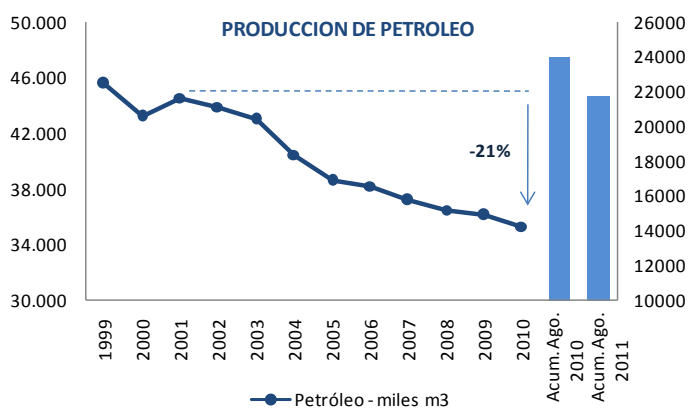
Indicador	Unidad de medida	último mes	dato	Variación Interanual	VAC
<b>ACTIVIDAD</b>					
Industria (EMI)	Base 2006=100	Ago-11	135,5	5,2%	8,1%
Refinación de Petróleo (EMI)	Base 2006=100		84,4	-16,3%	-6,0%
Uso Capacidad Instalada Industria	%	Ago-11	78,1	-1,3%	1,8%
UCI Refinación de Petróleo	%		75,5	-16,2%	-6,0%
Prod. de Petróleo Crudo	M3	Ago-11	2.902.948	-5,0%	-9,5%
Prod. de Gas Natural	M3 (miles)	Ago-11	3.960.032	-4,6%	-4,6%
Petróleo Procesado	M3	Jul-11	2.631.398	-0,1%	-3,1%
Producción de Nafta	M3		919.602	13,0%	4,7%
Producción de Gas Oil	M3	Jul-11	1.054.798	2,5%	-0,8%
Producción de Fuel Oil	M3		340.051	-11,9%	-10,5%
Construcciones Petroleras (ISAC)	Base 1997=100	Jul-11	127,8	3,5%	11,4%
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>					
Nafta Común	M3	Jul-11	20.468	-8,1%	-28,4%
Nafta Super	M3	Jul-11	419.310	8,8%	6,7%
Nafta Premium	M3	Jul-11	148.071	32,6%	36,2%
Gas Oil	M3	Jul-11	1.195.958	3,0%	2,8%
Fuel Oil	M3	Jul-11	295.375	-15,9%	15,5%
Gas entregado x Distribuidoras	MM3	Jun-11	3.112	9,3%	6,6%
<b>PRECIOS</b>					
Precios al Productor Industria (IPP)	Base 1993=100		497,4	14,2%	15,1%
IPP Productos Refinados	Base 1993=100	Jul-11	838,0	22,1%	26,2%
IPP Petróleo Crudo y Gas Natural	Base 1993=100		1.144,4	21,6%	23,4%
Precio en surtidor sin impuestos (CABA)					
Nafta Super	\$/litro	Ago-11	2,60	25,6%	
Gas Oil	\$/litro	Ago-11	2,40	18,2%	
Precios comparados en la Región					
Nafta Super - Arg. CABA			2,6	Relación (1)	
Nafta Super - Brasil			4,4	1,7	
Nafta Super - Chile	Precio en surtidor sin impuestos (\$/litro)	Ago-11	3,9	1,5	
Nafta Super - Paraguay			5,5	2,1	
Nafta Super - Perú			4,6	1,8	
Nafta Super - Uruguay			4,4	1,7	
Gas Oil- Arg. CABA			2,4		
Gas Oil - Brasil			4,1	1,7	
Gas Oil - Chile	Precio en surtidor sin impuestos (\$/litro)	Ago-11	3,8	1,6	
Gas Oil - Paraguay			4,4	1,8	
Gas Oil - Perú			3,9	1,6	
Gas Oil - Uruguay			6,1	2,5	
Precio Gas Natural promedio ponderado					
Cuencas Argentinas	USD/MMBTU	Trim III 2011	2,8	Relación (2)	
Frontera importación Bolivia	USD/MMBTU	Trim III 2011	10,2	3,7	
<b>COMERCIO EXTERIOR</b>					
<b>VALOR de las EXPORTACIONES</b>					
Total Hidrocarburos	USD Millones	Ago-11	518,0	31,1%	-5,1%
Petróleo Crudo	USD Millones	Ago-11	236,0	24,2%	-16,6%
Carburantes, grasas y aceites					
lubricantes	USD Millones	Ago-11	222,0	25,4%	4,3%
Gas de petróleo y otros hidrocarburos	USD Millones	Ago-11	50,0	257,1%	-9,1%
Resto de combustibles	USD Millones	Ago-11	10,0	-28,6%	53,6%
<b>VOLÚMENES DESPACHADOS</b>					
Combustibles y Energía (Trim II 2011)				-35,7%	-29,5%
<b>IMPORTACIONES</b>					
Combustibles y Lubricantes	USD Millones	Ago-11	1.304,0	187,2%	114,2%
Cantidades (Trim II 2011)				27,7%	45,9%

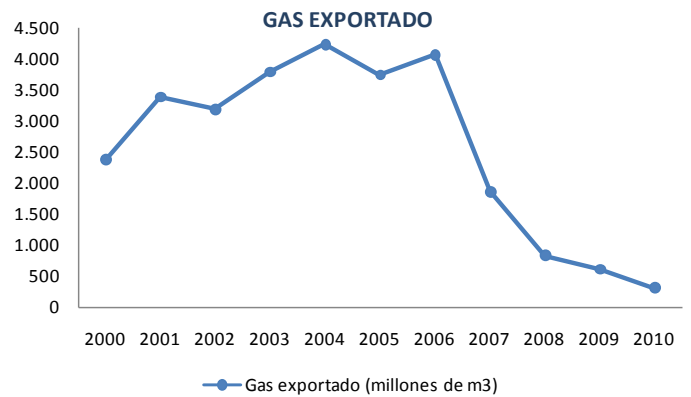
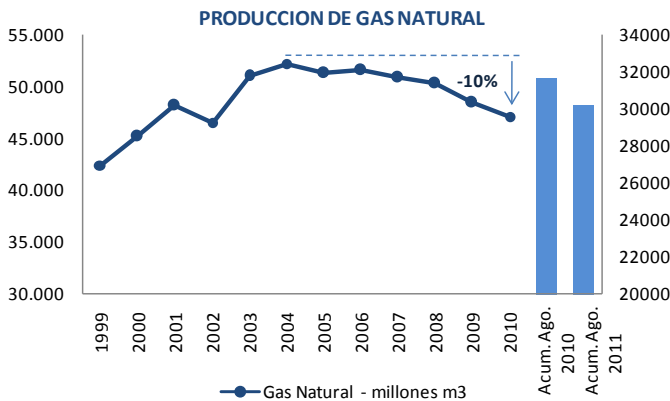
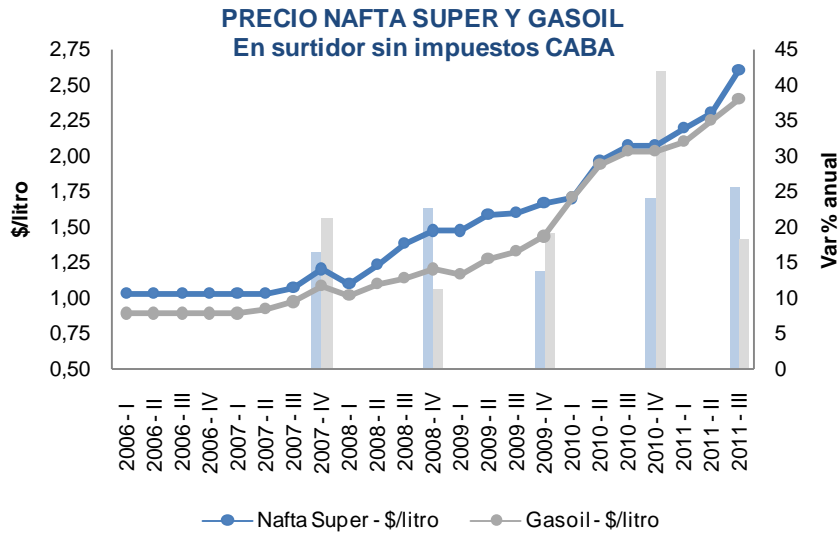
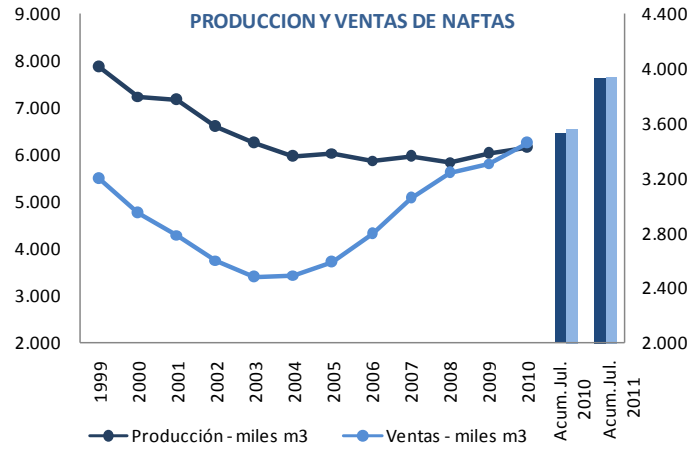
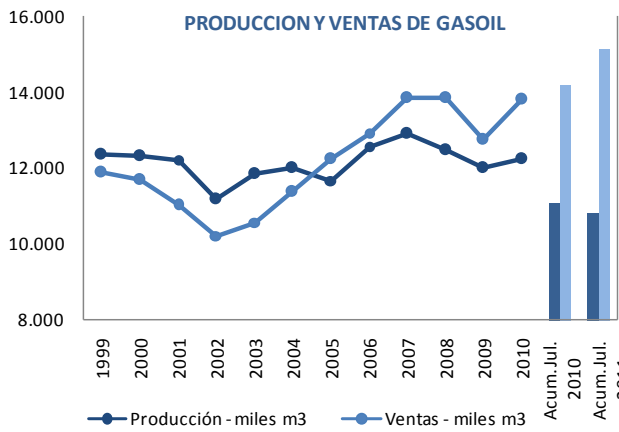
(1) vs. Arg. CABA (Ej: Nafta Super - Brasil, equivale a 1,7 veces el precio local); (2) vs. Cuencas Argentinas

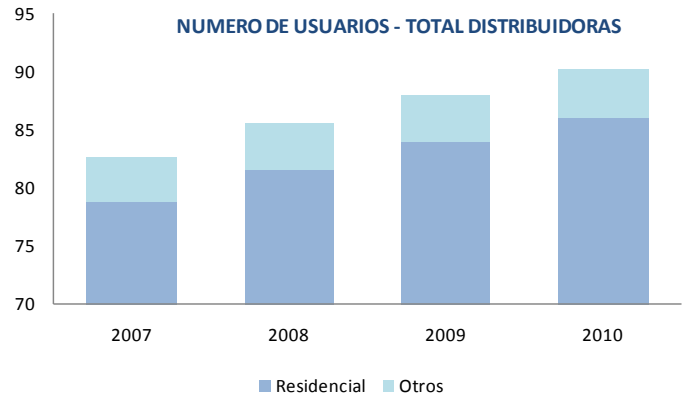
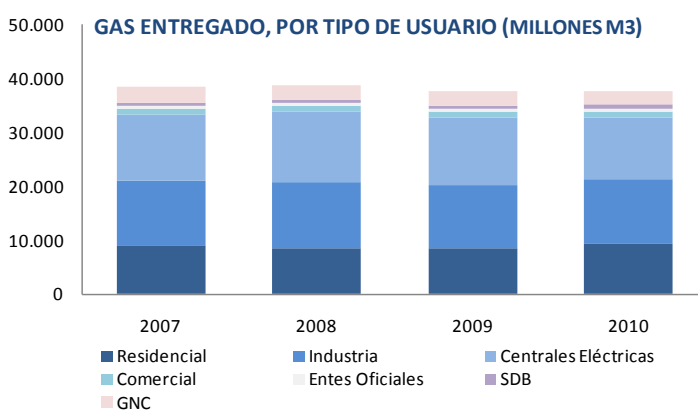
**Anexo:**

**Anuncios de Inversión**

Inversor	Monto	Destino	Fuente-fecha
Grupo Más Energía	USD 135 millones	El Grupo Más Energía finaliza la construcción de una refinería en la provincia de Neuquén. La nueva planta permitirá producir 700.000 garrafas de gas licuado de petróleo y 445.000 m3 de naftas por año.	Telam, Oct-2011
Apache	USD 24 millones	La empresa concluyó en la provincia de Neuquén la perforación del primer pozo exploratorio horizontal de gas no convencional.	BAE, Jul-2011
Grupo Petersen	USD 1.300 millones	El grupo Petersen adquiere otro 10% de YPF a la española Repsol. Luego de la operación su participación alcanza al 25% de la petrolera.	Ambito, Abr-2011
YPF	USD 4.000 millones	YPF invertirá más de USD 4.000 millones en Mendoza en los próximos 10 años. La petrolera consiguió prorrogar por 10 años las 16 concesiones hidrocarburíferas que hoy tiene en la provincia. A cambio tributará más regalías y ampliará inversiones.	El Cronista, Abr-2011
Pan American Energy	Entre USD 600 y USD 800 millones	Adquiere la refinería y una red de 460 estaciones de servicio de ESSO.	Ambito, Mar-2011
YPF - Vale do Rio Doce	USD 150 millones	Desarrollo y puesta en producción de un yacimiento de "tight gas" en la cuenca neuquina.	El Cronista, Dic-2010
YPF	USD 500 millones	Ampliar la producción de combustibles de la refinería de Lujan de Cuyo.	El Cronista, Nov-2010
Pampa Energia - Apache		Ambas empresas se asocian para incrementar la producción de gas en 700 mil metros cúbicos diarios a partir de la incorporación de formaciones de arenas compactas en Neuquén.	Clarín, Jun-2010







**Fuentes de Información:** Secretaría de Energía de la Nación, Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), Montamat y Asociados, El Inversor Energético & Minero, publicaciones en medios gráficos.

## 7) Sector: JUGUETES

Analista a cargo: Lic. Nadina Bassini ([nbassini@bancociudad.com.ar](mailto:nbassini@bancociudad.com.ar))

- ❖ Las empresas productoras de juguetes son mayormente PyMEs de capital nacional, muchas de las cuales tienen una larga tradición en este sector. La desregulación del mercado durante la década del 90' implicó un importante achicamiento del sector, cuando las ventas de producción nacional representaron el 10%, frente a la rápida inserción de los juguetes importados. Las empresas jugueteras argentinas que lograron sortear esta embestida, resultaron las mejor posicionadas para aprovechar las oportunidades que se brindaron con la devaluación de 2002. Entre ellas se destacan Ruibal, Dimare (que relanzó la fabricación del juguete de encastre Rasti), Errekaese, Lionel's, Rotoys, Antex Andina y Microtoys.
- ❖ Datos del año 2010 indican que el total de empresas en esta actividad es de 140, de las cuales 105 son fabricantes nacionales y 35 firmas son distribuidores e importadores. La cantidad de empleos directos generados asciende a 3.400, mientras que se encontrarían 10.000 puestos indirectos. Cabe destacar que estas cifras no contemplan aquellas empresas artesanales, que suelen ser unipersonales o con una estructura más informal.
- ❖ La importación de juguetes la realizan empresas dedicadas exclusivamente a la importación, fabricantes locales para complementar su oferta, y firmas cuya actividad principal no está en el mercado de juguetes, pero que los utilizan en promociones y/o complementos de los productos y/o servicios que venden (caso de Felfort, Arcos Dorados, etc.).
- ❖ Entre las importadoras, tienen presencia en nuestro país algunas filiales comerciales de empresas transnacionales, siendo la más importante la norteamericana Mattel, seguida por la francesa Smoby y la italiana Chicco. La primera, además, comercializa licencias de su muñeca Barbie.
- ❖ En cuanto a los canales de comercialización, éstos cambiaron durante la década del 90', con la aparición de grandes cadenas de jugueterías (como Cebra o El Mundo del Juguete) y el creciente espacio en góndolas de supermercados, lo cual fue en detrimento de las jugueterías tradicionales.
- ❖ En lo referido a la demanda de juguetes, la misma está determinada por varios factores, algunos comunes a otros bienes como el precio relativo y el nivel de ingresos, aunque otros son más específicos. Entre ellos, la evolución de la población infantil (cantidad total, por sexo y rango de edad) y la tasa de natalidad; los hábitos de consumo y la estacionalidad de las ventas ligadas al Día del Niño y a las Fiestas de fin de año.
- ❖ Tanto a nivel mundial como local, el avance tecnológico en los hábitos de consumo impactó en la demanda de juguetes, ya que cada vez es más temprana la edad en que los niños abandonan los juguetes más sencillos por otros más sofisticados como los videojuegos, los juegos para computadora y, en general, pasan a entretenerse en el mundo de la informática y las telecomunicaciones. Por otra parte, la industria continuó reinventándose diseñando juguetes que apelan al recuerdo y sensibilidad de las generaciones mayores, que son a su vez las que efectivizan las compras.
- ❖ Luego de la devaluación, el tipo de cambio alto puso un freno a las importaciones, permitiendo que los fabricantes locales comenzaran a sustituir parte de la oferta importada con producción nacional. En los años posteriores, el buen desempeño de la economía y la notoria reactivación del consumo, respaldó el crecimiento de la producción local de juguetes, que llegó a representar el 45% en las ventas totales. Además, se observó un importante incremento de las exportaciones de juguetes argentinos al exterior, fundamentalmente a mercados latinoamericanos.
- ❖ Sin embargo, a partir de 2008, esta situación se fue revirtiendo. Por un lado, la crisis en que se sumió la economía internacional hizo que países fuertemente exportadores redireccionaran sus

flujos comerciales hacia economías emergentes, como Argentina. Asimismo, en el ámbito local, la inflación comenzó a jugar un importante papel en las ecuaciones de costo de las distintas actividades económicas, algo que para la industria local del juguete se tradujo en una abrupta suba de las importaciones de juguetes chinos y en una erosión de la competitividad.

- ❖ Ante el cambio de escenario y el pronto deterioro de la balanza comercial, el Gobierno nacional amplió las partidas bajo el sistema de las licencias no automáticas de importación, a la vez que estableció precios de referencia en bienes sensibles como electrodomésticos, juguetes e indumentaria. Además, se buscó mejorar el saldo comercial por sector, con lo cual la liberación de la importación quedó supeditada a la presentación de planes de inversión para ampliar o desarrollar la oferta local, o compensar las compras externas con exportaciones alternativas (caso de automotrices que para importar modelos no fabricados en el país debieron exportar vinos y productos alimenticios de terceros).
- ❖ En este marco, la industria local del juguete lograría recuperar parcialmente su participación en las ventas de juguetes al mercado argentino durante 2011, aunque sin recuperar los porcentajes de años previos. En cambio, las importadoras y distribuidoras se ven perjudicadas por el endurecimiento de los controles, fenómeno que las llevó a peligrar su oferta en el último “Día del Niño”.
- ❖ Así todo, las ventas en comercios minoristas del rubro juguetería registraron una suba anual del 14,5% en agosto de 2011, superior al promedio registrado en los meses anteriores (6%), mientras que los precios lo habrían hecho en un 15%. Por su parte, las ventas de jugueterías en Shoppings del Gran Buenos Aires (incluida la Ciudad), acumularon en el primer semestre de 2011 una suba de 70%, donde es esperable que precios y cantidades hayan registrado subas más pronunciadas.
- ❖ Por otro lado, datos de importación para los primeros siete meses del año, arrojan subas del 19% en el valor de las compras (USD 162,1 millones), la cual se explica en su totalidad por los mayores precios implícitos de importación, ya que las cantidades adquiridas prácticamente no variaron respecto a igual acumulado de 2010. China constituyó el principal origen de los juguetes que ingresaron del exterior en los últimos años, con una participación continua superior al 50%.
- ❖ Respecto a la salida exportadora, pese a su baja incidencia en la facturación total de los fabricantes de juguetes locales, éstas mostraron una suba de 15% en el acumulado enero-julio de 2010, llegando a generar divisas por USD 6,2 millones. En forma contraria a las importaciones de juguetes, las ventas externas de este producto crecieron fundamentalmente por mayores despachos (18%), mientras que los precios implícitos de exportación disminuyeron un 3%.
- ❖ Con todo, el saldo comercial mantiene su signo negativo, dada la importante participación de las importaciones en el mercado interno y la baja inserción de la industria local en el mercado externo.
- ❖ Aún así, vale la pena aclarar que, según actores del sector, las fábricas locales están trabajando al máximo de su capacidad. En este sentido, las importaciones no estarían representado una amenaza extrema para la industria del juguete argentina, ya que no cuentan con la capacidad productiva necesaria para abastecer a todo el mercado local y tampoco cuentan con el equipamiento necesario para producir los modelos más sofisticados. Paralelamente, los importadores también deben afrontar un mayor control de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), que en marzo prohibió a la multinacional Mattel operar en el comercio exterior por no presentar certificados de origen de los productos.
- ❖ En conclusión, los productores de juguetes cuentan con una importante protección ante el avance de las importaciones en el corto plazo. Sin embargo, la suba de costos y la continuidad de la crisis internacional sigue presionando a su competitividad. En el caso de las empresas importadoras, las trabas al comercio las lleva a incurrir en gastos extras de logística y

administración, además de quitarle previsibilidad a las proyecciones de ingresos. Los comercios también se ven afectados por esta situación, dado que aun más del 60% de las ventas son de productos importados. Así todo, es de destacar el buen dinamismo que mantiene la demanda, donde las ventas en cantidades mantienen un aceptable dinamismo.

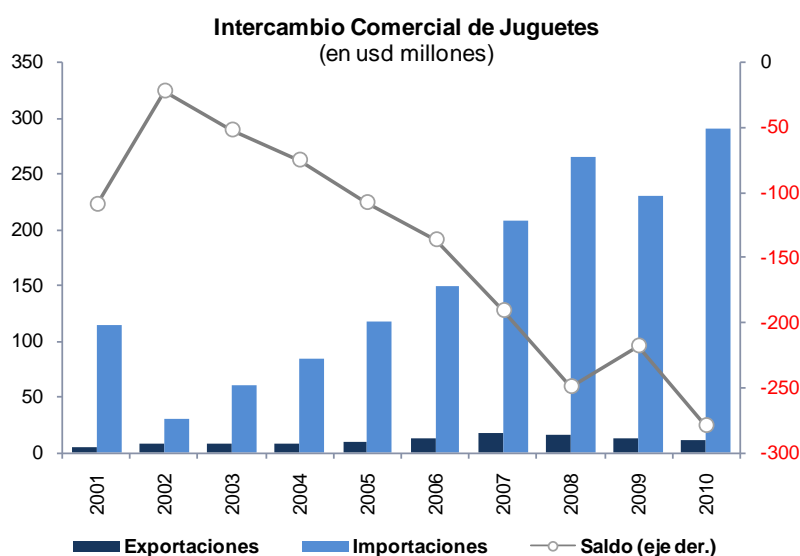
## “Juguetes” en números:

Indicador	Unidad de medida	Período	dato	Variación Interanual	Variación Acumulada
<b>PRODUCCIÓN y CONSUMO</b>					
Ventas en Centros de Compras (Shoppings de GBA)	\$ miles	Jun-11	1.371.087	35,2%	31,7%
Ventas de juguetes en Centros de Compras (Shoppings de GBA)	\$ miles	Jun-11	15.577	77,6%	71,3%
Ventas minoristas de Juguetes (CAME)	En cantidades	Ago-11	//	14,5%	7,0%
<b>Exportación de Juguetes*</b>					
Valor	Miles de USD		6.137	//	15,2%
Volumen	Toneladas	Ene-jul 11	989,0	//	18,5%
Precio	USD/ Kilo		6,2	//	-2,8%
<b>Importación de Juguetes*</b>					
Valor	Miles de USD		162.105	//	19,1%
Volumen	Toneladas	Ene-jul 11	12.244	//	-0,4%
Precio	USD/ Kilo		13,2	//	19,6%
Saldo Comercial	Miles de USD	Ene-jul 11	-155.968	Var. En usd -25,16	
<b>PRECIOS Y COSTOS</b>					
Precios Mayoristas General	Base 1993=100	Jul-11	481,4	12,5%	13,0%
IPIM de Manufacturas de Plástico			462,3	12,1%	12,0%

### Notas

(\*) Suma de los productos de las partidas 9503 (muñecas, muñequitos, cochecitos de juguete, triciclos, patines, juguetes de encastre y diseños), 9504 (juegos de mesa y de salón, videojuegos) y 9505 (artículos de fiestas, cotillón, carnaval y otras diversiones).

### Anexo:



**Fuentes de Información:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC), Cámara Argentina de la Industria del Juguete (CAIJ), Asociación Argentina de Empresas de Juguetes y Afines (AADEJA), Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), y publicaciones en medios gráficos.