

NICOLÁS BRAVO / ARCHIVO

CADENA AUTOMOTRIZ. El Fiac marcó la agenda de corto y de largo plazo para el sector. Competitividad sistémica, especialización, exportaciones y el impacto de las nuevas tecnologías. **Páginas 2 y 3**

Autos. La hoja de ruta de la industria



PRODUCCIÓN. La industria automotriz ha decidido especializarse en "pick ups" y vehículos utilitarios, productos en los que Argentina puede ser más competitiva. La apuesta ahora es darle sustentabilidad al sector.



ferrum

Tu baño premium

Sanitarios
**LÍNEA
TRENTO**

| INODORO
| BIDET
| DEPÓSITO

| No incluye grifería



**BENEFICIOS ESPECIALES
CON EL CLUB**

ClubLaVoz

APROVECHÁ 10%OFF

CON TU TARJETA CLUB LA VOZ EN CUALQUIERA
DE NUESTRAS SUCURSALES

Ferrocons
www.ferrocons.com.ar

Para consultas
☎ 351 6981000

en profundidad

“

Más que nunca tenemos que entender que somos una cadena y que nadie se salva solo. Necesitamos reformas posibles.

Gerardo Acosta
Presidente de Clauto



“

La especialización apunta a desarrollar nuevos mercados de exportación, lo que da sustentabilidad a los proyectos.

Martín Zuppi
Presidente de Grupo Stellantis y de Adefa



“

Nosotros tenemos que pedir previsibilidad, infraestructura y una reforma impositiva que nos haga competitivos.

Pablo Sibilla
Presidente de Renault Argentina



“

La escala lo es todo; no se puede pensar en un negocio regional sin estar integrado con Brasil. La integración es la clave.

Ricardo Cardozo
Country manager de Iveco Group Argentina



“

Somos competitivos puertas adentro. Pero cuando se traslada esto al costo, las variables macro e impositivas lo hacen difícil.

Marcellus Puig
Presidente y CEO de Volkswagen Argentina



LO QUE DEJÓ EL FIAC. El sector está en un momento de transición. Los mojones de la nueva ruta que debe transitar: especialización, exportación, tecnología, baja de impuestos y competitividad.

Industria. El camino que marca el GPS de la cadena automotriz

Diego Dávila
ddavila@lavozdelinterior.com.ar

De los casi 200 países en el mundo, sólo una veintena fabrican vehículos. La industria automotriz argentina tiene siete décadas de historia. Un punto de quiebre lo tuvo en los '90, cuando dejó atrás un modelo recluso en el mercado interno y apuntó a exportar automóviles, con grandes volúmenes de inversión y normas de calidad.

Actualmente, está tomando un nuevo camino. El sector entendió que no es competitivo para hacer automóviles, pero sí para utilitarios y camionetas, y con ese rumbo configuró su GPS. De hecho, Argentina es ya el cuarto productor de *pick ups* de una tonelada de carga en el mundo, detrás de Tailandia, Estados Unidos y China.

En este camino están Toyota, con su camioneta Hilux; Ford, con la Ranger y ahora con su motor; Renault, preparando su camioneta Niágara y marcando la continuidad de Kangoo; Volkswagen desarrollando la nueva Amarok; Stellantis con Titano, la fabricación de su motor en 2026 y los próximos modelos que anunciará pronto; y Prestige Auto (representante de Mercedes Benz) con la Sprinter, que incrementó 25% su producción.

Pero para que esto sea sustentable, debe mejorar la competitividad, incrementar volumen y exportar a Latinoamérica, lograr una baja de impuestos (el 16% del precio de los vehículos exportados son impuestos, frente a cero de incidencia en las unidades de competidores como México), impulsar una revisión del Mercosur, desarrollar proveedores y no perder el tren de las tecnologías y la digitalización. Todo en el contexto de una economía también en transición.

Esto fue lo que dejó el Foro Internacional de la Industria Automotriz



DEBATE. Automotrices, autopartistas y especialistas analizaron la actualidad y el futuro de la industria automotriz en el Fiac.

(Fiac), que se hizo entre el jueves y viernes pasado en el Centro de Convenciones Córdoba, junto con Auto Show 2025 en el Predio Ferial Córdoba (que termina este domingo). Ambos eventos han sido organizados por el Clúster Automotor y Movilidad Sostenible de Córdoba (Clauto), con el apoyo del Gobierno de la Provincia y con la invitación de **La Voz**.

Por el evento pasaron los CEO, presidentes y dueños de automotrices, autopartistas, siderúrgicas y concesionarios, como también autoridades y organizaciones del rubro.

Especialización en "pick ups"

"El mercado decidió especializarse en *pick ups* y ya se insertó en otros

ecosistemas como el agropecuario, el minero, la construcción y el energético. La idea es que cuanto más producción de un vehículo, más eficiente es tu cadena productiva. El volumen aporta eficiencia y puede generar el círculo virtuoso que nos ha convertido en el cuarto polo de producción de *pick ups* a nivel mundial", explicó Dante Sica, exministro de Industria nacional y titular de la consultora Abeceb.

Para el consultor, en una economía que crecerá entre 5% y 5,5% este año y tendrá "un piso" de avance de 2,5% en 2026. Si no hubiera mediado la inestabilidad cambiaria, la demanda en el país habría superado este año las 700 mil unidades 0 km; sin embargo, los patentamientos se ubi-

carán por debajo.

La especialización "apunta a desarrollar nuevos mercados de exportación, que es lo que les da sustentabilidad a los proyectos", explicó Martín Zuppi, titular de Grupo Stellantis y presidente de la Asociación de Fábricas de Automotores (Adefa).

En esto es clave una revisión del Mercosur, cuyo acuerdo automotriz termina en 2029, y es el que le ofrece volumen de ventas a la producción automotriz. Sobre esto, Ricardo Cardozo, *country manager* Iveco Group Argentina resalta: "La escala lo es todo; no se puede pensar en un negocio regional sin estar integrado con Brasil. Tenemos una planta en Córdoba y otra en Sete Lagoas (Brasil) y

siempre estamos buscando una estrategia de implementación entre una fábrica y la otra porque el volumen lo tenemos en los dos mercados. La integración es la clave".

El problema es que para avanzar en mercados hace falta competitividad. Sobre esto, Marcellus Puig, presidente y CEO de Volkswagen Argentina explicó el dilema: "Es un tema estructural y macroeconómico. En Volkswagen Argentina y Volkswagen Brasil somos competitivos puertas adentro en horas, por unidades, en ausentismo y en muchos otros indicadores. Pero cuando se traslada esto a costo, todas las variables macroeconómicas e impositivas lo hacen difícil. La clave está en la localización. Argentina es un país 'pickapero' por sus condiciones para vehículos con alto valor agregado, algo que se acomoda con la estructura de costos de Argentina".

Para eso es necesario que Argentina siga bajando impuestos. "Nosotros tenemos que pedir previsibilidad macroeconómica, infraestructura y una reforma impositiva que nos haga competitivos. Nuestra obligación es liderar la innovación, invertir para formación profesional y para desarrollar a nuestros proveedores", previene el presidente de Renault Argentina, Pablo Sibilla.

Proveedores: tomar decisiones rápidas

El problema no se acaba en las fábricas automotrices. Este nuevo rumbo debe incluir a la cadena autopartista.

"La velocidad de los cambios nos obliga a tomar decisiones en forma más rápida. Hoy la competitividad depende del aporte de muchos sectores; hay que trabajar con el sector público, las empresas, los sindicatos y los servicios", resalta Roberto Fieg, de la autopartista Latam F2I.

Por su lado, Isabel Martínez, socia de Fumiscor e integrante de la Asociación de Industriales Metalúrgicos (Adimra) propuso retomar la agenda fijada hasta el 2030 con el Régimen Autopartista, que incluye a todos los sectores. "Hay que retomarlas para corregir todas las inequidades y fijar reglas de juego claras con los hermanos del Mercosur", indicó.

En tanto, desde la vicepresidencia de Ternium Argentina (que tiene plantas en la provincia de Buenos Aires y Santa Fe), José del Boca retomó el tema impositivo: "Tenemos que librar una batalla sobre esto, no

en profundidad

“

El mercado decidió especializarse en 'pick ups' y ya se insertó en otros ecosistemas, como el agropecuario y el minero.

Dante Sica

Titular de la consultora Abeceb



“

Hay que retomar la agenda 2030 para corregir todas las inequidades y fijar reglas de juego claras con los hermanos del Mercosur.

Isabel Martínez

Socia de Fumiscor e integrante de Adimra



“

Tenemos que librar una batalla sobre la cuestión impositiva. No podemos mudar nuestras empresas de un lugar a otro.

José del Boca

Vicepresidente de Ternium Argentina



“

Mientras que en los '80 y '90, el 90% de los jóvenes de 18 años obtenían licencia de conducir, hoy sólo el 60% lo hace.

Sebastián Parra

Presidente de Acara Córdoba



“

La gran disruptiva de esta era es la tecnología. Esto ha generado una demanda más personalizada y focalizada.

Sebastián Beato

Presidente de Acara



podemos mudar nuestras empresas de un municipio a otro o de una provincia a otra. Un producto metalúrgico argentino soporta un 33% de impuestos, el doble que en Brasil o México, incluyendo Ingresos Brutos, tasas municipales y el impuesto a los débitos o créditos bancarios. Cuando contratamos un servicio, estamos pagando impuestos que no se pagan en ningún lugar del mundo. Hay que trabajar fuerte para que tengamos una cancha equilibrada”.

Concesionarios más integrales

Del otro lado de la cadena, los puntos de venta también deben entender que el mercado es más chico y orientarse hacia la provisión integral de servicios de movilidad: verificaciones vehiculares, gestión de flotas para empresas que no quieren comprar vehículos, sistemas de alquiler de autos o seguros.

Sebastián Beato, presidente de la Asociación de Concesionarios Automotores (Acara), advirtió que, más allá de la tecnología, la clave pasa por entender la metamorfosis del comprador. El cliente ya no prioriza la potencia o el tapizado, sino la “conectividad” y la integración del auto con sus necesidades. Desde Acara Córdoba, su titular, Sebastián Parra, agregó otro dato clave: mientras que en los '80 y '90, el 90% de los jóvenes de 18 años obtenían licencia de conducir, hoy sólo el 60% lo hace.

Los concesionarios deben evolucionar hacia la idea de “centros de movilidad”, ofreciendo desde bicicletas hasta vehículos y servicios, con la ayuda de la inteligencia artificial (IA) en la gestión del negocio.

La Fiac sirvió como espacio articulador de todos los rubros que forman parte de la cadena automotriz, pero también para exponer la necesidad de coordinar esfuerzos.

Al cierre de la jornada, Gerardo Acosta, presidente de Clauto, subrayó que “nadie se salva solo” y que el gran desafío es transmitir la velocidad y los nuevos jugadores del mercado hacia toda la cadena de valor. Al abordar el impacto de la digitalización y de la inteligencia artificial, aseguró que “la inteligencia artificial no es nada sin la persona”, y que el empleo se perderá “en manos de alguien que la sepa usar, que la sepa usar con criterio”. El empresario cordobés abogó por “generar puestos de trabajo” y por una articulación público-privada que aproveche las sinergias.

Cómo serán los vehículos y la industria automotriz que se vienen en los próximos años

El auto del futuro será más tecnológico que mecánico y tendrá como prioridad la conectividad y la sustentabilidad. A esta realidad tendrá que adaptarse la industria automotriz de los próximos años.

Este fue uno de los ejes fundamentales del Foro Internacional Automotriz de Córdoba, que abordó temas como los vehículos eléctricos, el desarrollo del software, las nuevas demandas mundiales y la necesidad de avanzar en la descarbonización de los procesos productivos.

Con la presencia de autoridades, empresarios y especialistas de Argentina, Brasil y México, este evento apuntó también a las nuevas tecnologías, la automatización y la inteligencia artificial (IA), los autos y la industria del futuro, los programas de desarrollo de talento y las propuestas para mejorar la competitividad logística.

Con la moderación de Carlos Bertone, coordinador ejecutivo de Clauto, en el panel “Tecnología on board: global trends”, Juan Manuel Mollá, director comercial de Marelli Holding, y Mariela Schapira, *delivery manager* en el área de Industria de Avenga, hablaron sobre la transformación radical en el desarrollo vehicular, lo que lleva a que la región deba adaptar sus procesos a esta realidad.



NOVEDADES. Mollá, desde Italia, junto con Schapira y Bertone, en el Fiac.

La nueva demanda, dominada por prestaciones cada vez más avanzadas en lo tecnológico, impacta profundamente en la arquitectura de los vehículos, que no sólo deben brindar opciones novedosas, sino también adaptarse a las actualizaciones de software a distancia.

En conexión remota desde Italia, Mollá explicitó que, para lograr esa adaptación, deben aparecer nuevos talentos e incorporar la IA generativa.

Asimismo, explicó que son fundamentales los “gemelos digitales” para simulaciones y validaciones, el proceso estratégico de desarrollo del

vehículo definido por *software* (SDV) y la capacidad de cómputo, competencias e infraestructura en la nube (Cloudx genAI).

En tanto, Schapira enfatizó que, con el objetivo de lograr mayor competitividad, es preciso centrarse en la ingeniería de los vehículos, su conexión en la nube y las soluciones tecnológicas diseñadas para la industria automotriz.

Si bien algunas terminales locales ya están avanzando en esta dirección, los especialistas insistieron en la necesidad de que toda la cadena de valor de la industria entre en esta tendencia.

La movilidad sostenible

También se hizo la ponencia “Nuevas tecnologías de movilidad sostenible en transporte y autos” con la participación de Fabio Nicora, gerente de Innovación Iveco Latam; Murilo Ortolan, gerente de Ingeniería en Horse Brasil; Joao Iri-neu, vicepresidente de Regulaciones Stellantis Brasil, del que participó como moderador el periodista Matías Antico.

Teniendo como marco el aporte que puede hacer la industria para lograr una movilidad sostenible, el panel dejó en claro la gran incidencia que tiene el transporte en la actualidad en las emisiones de dióxido de carbono.

Por caso, los materiales utilizados en la fabricación tienen un impacto en las emisiones de CO2 que no siempre es proporcional a su peso. Si bien el acero y el hierro fundido dominan tanto en masa (59%) como en emisiones (51%), el aluminio, que solo representa el 11% del peso total del vehículo, contribuye de forma desproporcionada con el 27% del total de las emisiones. Esto sugiere que, al evaluar la huella de carbono de la industria automotriz, es crucial considerar el impacto de la producción de cada material individualmente, y no sólo la cantidad que se utiliza.



TECNOLOGÍA. Auto Show 2025 presentó desarrollos tecnológicos locales.

“Es muy difícil competir contra China”, aseguran

Aunque parezca paradójico, fue Estados Unidos el que, a inicios de este siglo 21, propició el ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Esto, junto al ingreso de compañías de todo el mundo al gigante asiático, multiplicó la actividad, proceso que se hizo con un fuerte subsidio por parte del Estado chino. En este país se venden 15 millones de vehículos y se fabrican 30 millones de unidades, pero su industria tiene capacidad para producir 40 millones.

El Foro fue la caja de resonancia de las preocupaciones que genera en toda la cadena el avance chino. Al respecto, Del Boca advirtió la fuerte presencia estatal y subsidios a su actividad industrial, que ha permitido que en la industria siderúrgica este país pase de participar del 5% a más del 30% de la producción mundial. Pero tiene el 50% de la capacidad mundial de producción. “Tiene al Estado muy presente en todos los sectores de la economía, por eso es muy difícil competir contra China”, resaltó.