



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



REGIÓN CENTRO

DE INVERSIONES
CONSEJO FEDERAL

REGIÓN CENTRO

“ESTUDIO PARA EL DESARROLLO, FORTALECIMIENTO Y MODERNIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR AUTOMOTRIZ-AUTOPARTISTA DE LA REGIÓN CENTRO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA”

Trabajo realizado por el Instituto de Investigaciones Económicas de
la Bolsa de Comercio de Córdoba



BOLSA DE COMERCIO
DE CÓRDOBA



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS

DE CÓRDOBA
BOLSA DE COMERCIO

ECONÓMICAS
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES

EJES TEMÁTICOS

Objetivos y metodología

Descripción de la cadena

Resultados del estudio

ANTECEDENTES:

- Foro de Entidades Empresarias de la Región Centro

OBJETIVO GENERAL:

- Describir y analizar las redes de intercambio y cooperación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- **Mapeo** de las instituciones.
- Relevar **estructura y el comportamiento** empresarial.
- Estructura de **cooperación e intercambio** comercial y de información .
- Analizar niveles de **interdependencia**
- **Caracterización** de las empresas

IMPORTANCIA

- Alto valor agregado: 30% del PBG industrial de Córdoba
- Aporte al empleo privado 32.072 asalariados registrados (T3:2013)
11,7% del empleo industrial
- Producción de autos Región Centro explica el 42%
- Vinculación comercial

METODOLOGÍA

- Entrevistas con referentes del sector
- Encuesta
 - Universo: Totalidad de empresas industriales del sector
 - Muestreo: Representativo por autoselección
 - Unidad de análisis: La empresa
 - Entrevistas de control con referentes

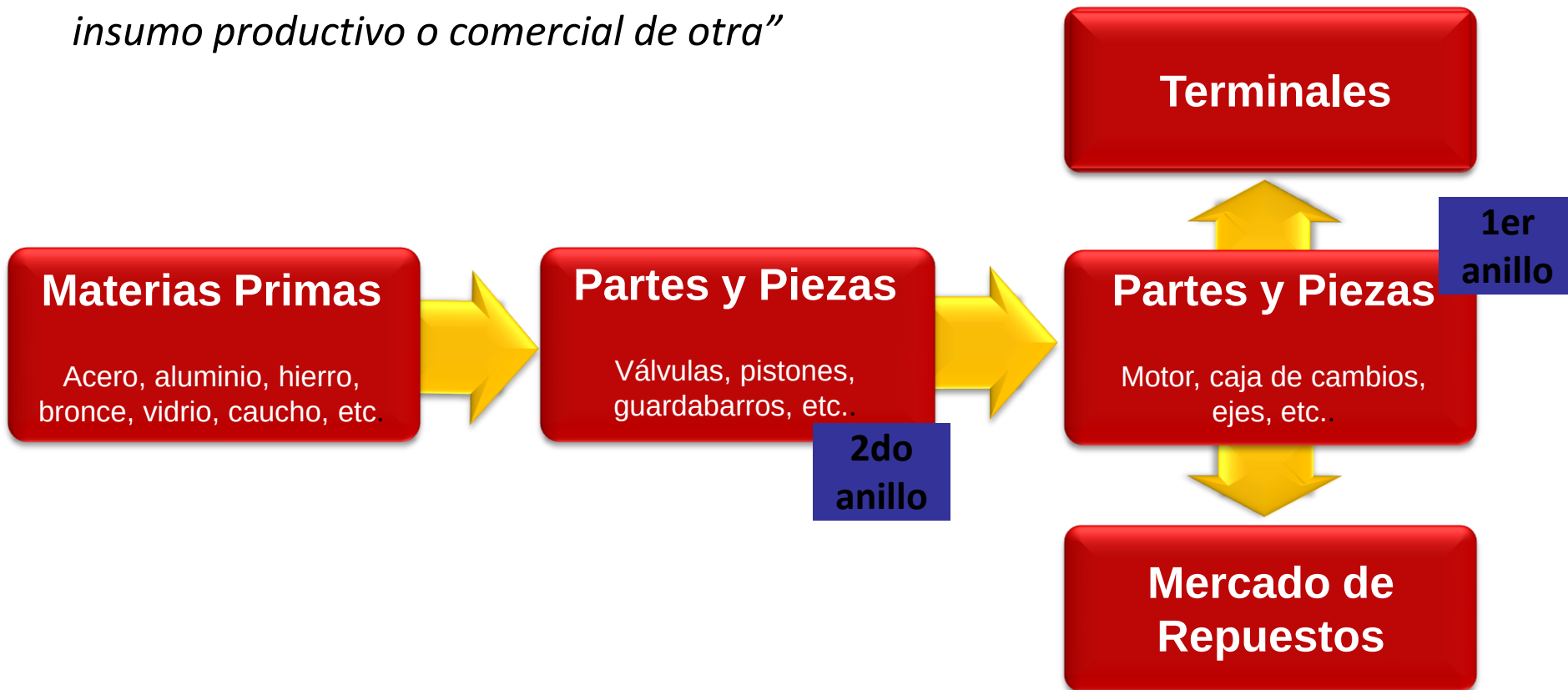
EJES TEMÁTICOS

Objetivos y metodología

Descripción de la cadena

Resultados del estudio

Cadena de valor: “Un conjunto formado por múltiples relaciones productivas y comerciales entre empresas independientes, en el cual los productos y/o servicios de una de ellas, se transforman en insumo productivo o comercial de otra”



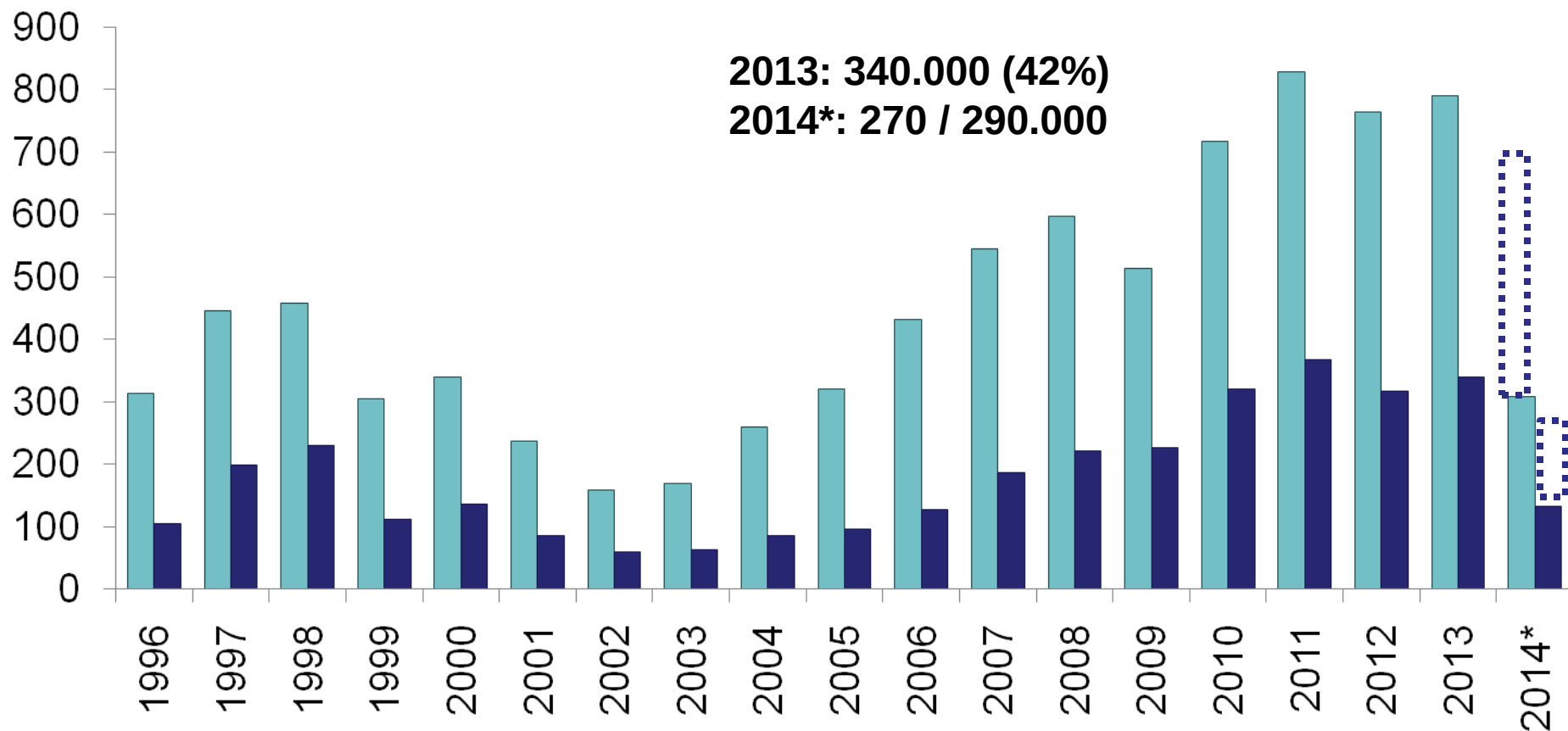
INSTITUCIONES VINCULADAS AL SECTOR

- Unión Industrial de Córdoba
- Federación Industrial de Santa Fe
- Unión Industrial de Entre Ríos
- Asociación Argentina de Fabricantes de Máquinas, Herramientas, Accesorios y Afines
- Asociación de Fabricantes de Repuestos Motor de la República Argentina
- Asociación de Industriales Metalúrgicos de Entre Ríos
- Asociación de Industriales Metalúrgicos de Rosario
- Asociación de Industriales Metalúrgicos de San Francisco
- Cámara Empresaria Autopartista
- Cámara de Industriales Metalúrgicos del Centro Comercial e Industrial de Rafaela y Región
- Asociación de Industriales Metalúrgicos y Autopartistas de Santa Fe
- Cámara de Industriales Metalúrgicos y de Componentes de Córdoba
- Centro de Industria, Comercio y Afincados de Esperanza
- Centro Industrial de las Parejas
- Cámara de Industrias Plásticas de Córdoba
- Cámara Argentina de Fabricantes de Maquinarias y Equipos para la Industria
- Asociación de Fábricas Argentinas de Componentes
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial
- Agencia Pro-Córdoba
- Agencia para el desarrollo Económico de la Ciudad de Córdoba
- Dirección General de Cadenas de Valor de la Provincia de Entre Ríos
- Secretaría del Sistema Metalmecánico, Químico, Automoción y Otras Manufacturas de la Provincia de Santa Fe
- Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Nacional de Rosario, Universidad Católica de Córdoba, Universidad del Litoral, Universidad de Entre Ríos

Cantidad de automóviles producidos

(En miles de unidades)

■ Argentina ■ Región Centro ▨ Estimaciones



Fuente: IIE en base a Asociación de Fábricas de Automóviles. *Acumulado hasta junio

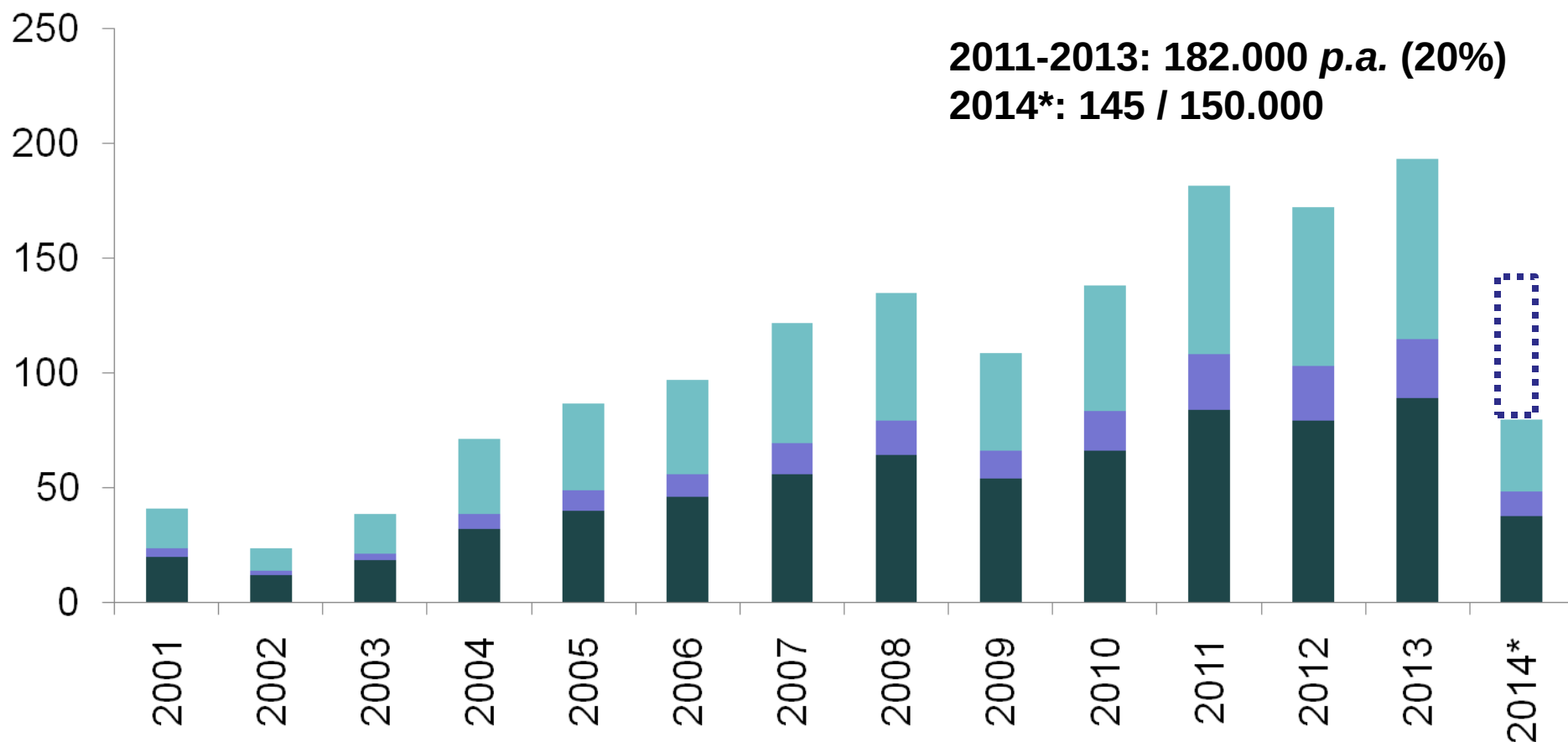
Cantidad de automóviles patentados en la Región Centro

(En miles de unidades)

■ Córdoba ■ Entre Ríos ■ Santa Fe ■ Estimaciones

2011-2013: 182.000 p.a. (20%)

2014*: 145 / 150.000



Fuente: IIE en base a DNRPA. *Acumulado a junio

EJES TEMÁTICOS

Objetivos y metodología

Descripción de la cadena

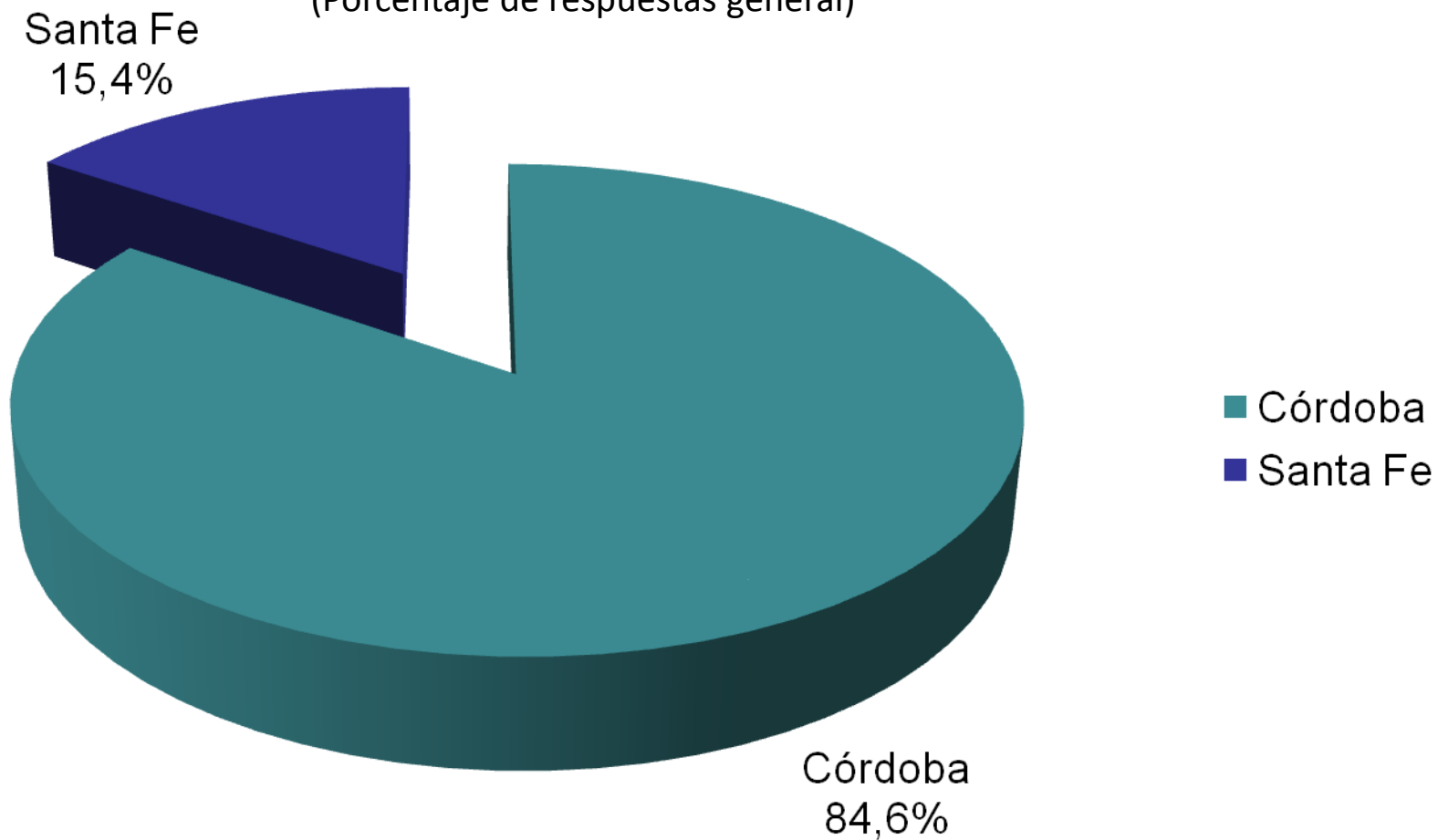
Resultados del estudio

ESTUDIO DE CAMPO

- Se identificaron **99 firmas de Región Centro:**
 - 74 empresas del primer anillo y
 - 25 del segundo
 - Estimamos entre 135-150 en total.
- Se encuestaron a **39 empresas (40%):**
 - 3 unipersonales, 18 SRL y 18 SA.
 - **29** del **primer anillo** y
 - **10** del **segundo anillo**.

Distribución por provincias

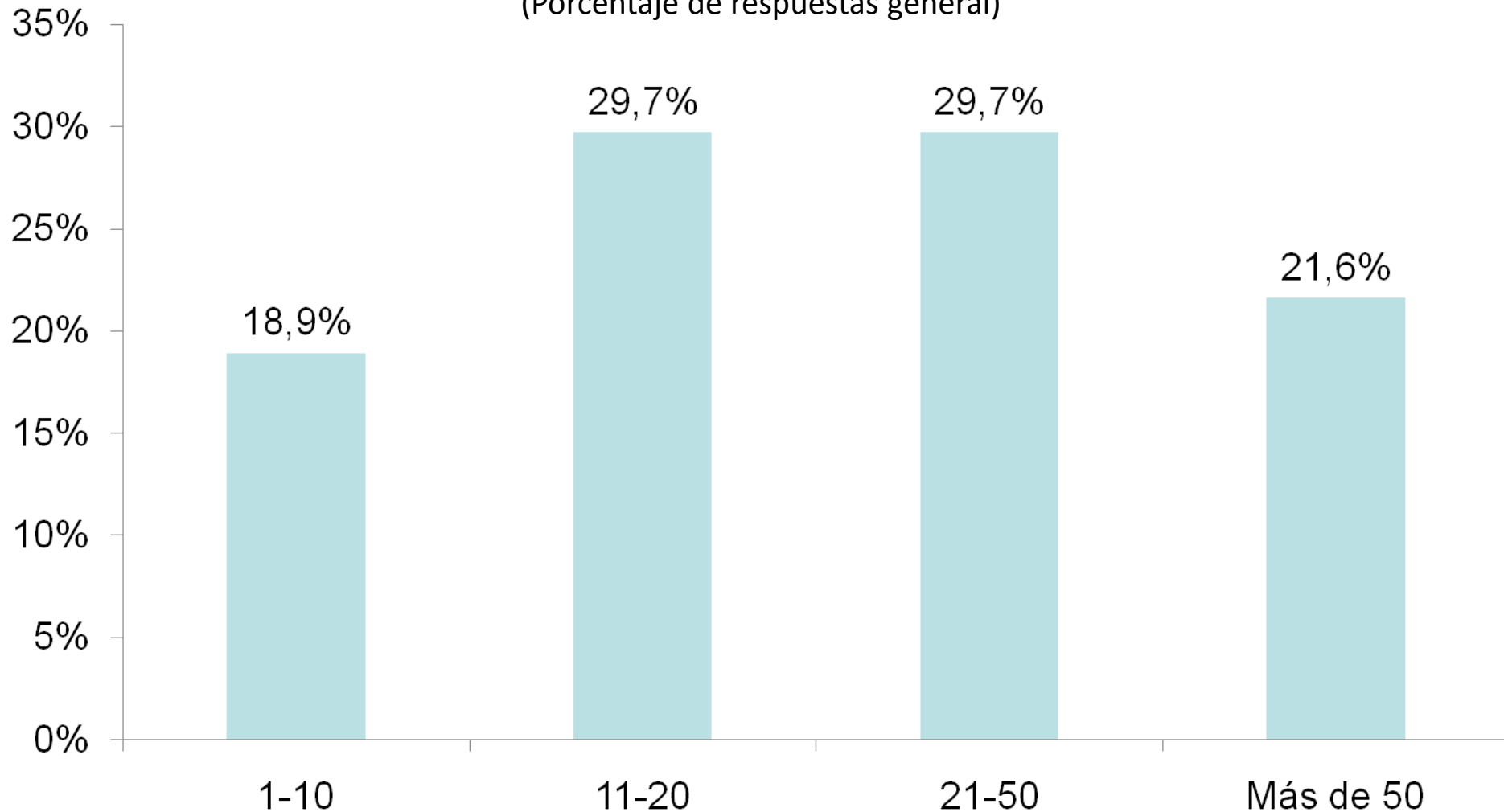
(Porcentaje de respuestas general)



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

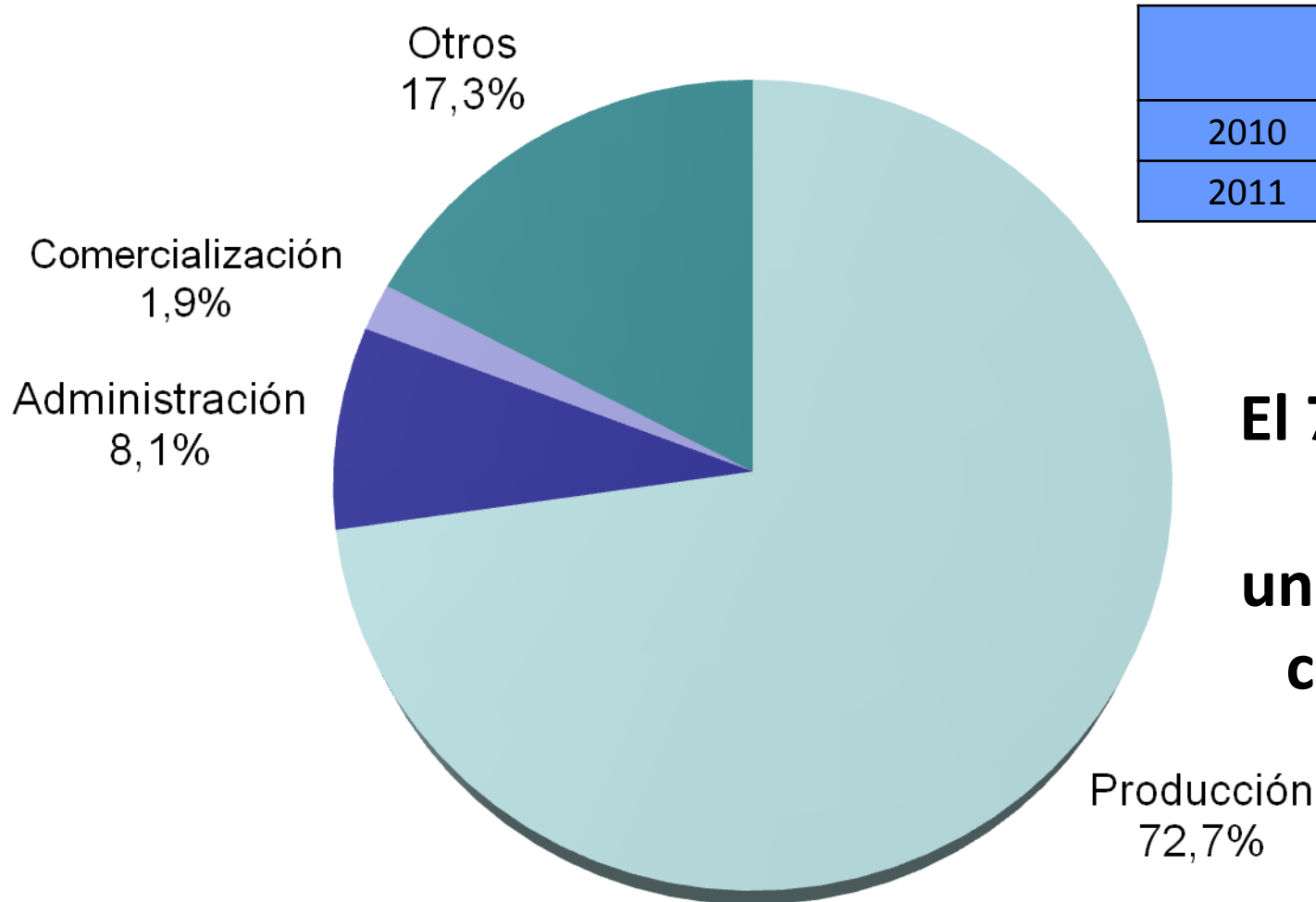
Antigüedad

(Porcentaje de respuestas general)



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Proporción de empleados en cada área

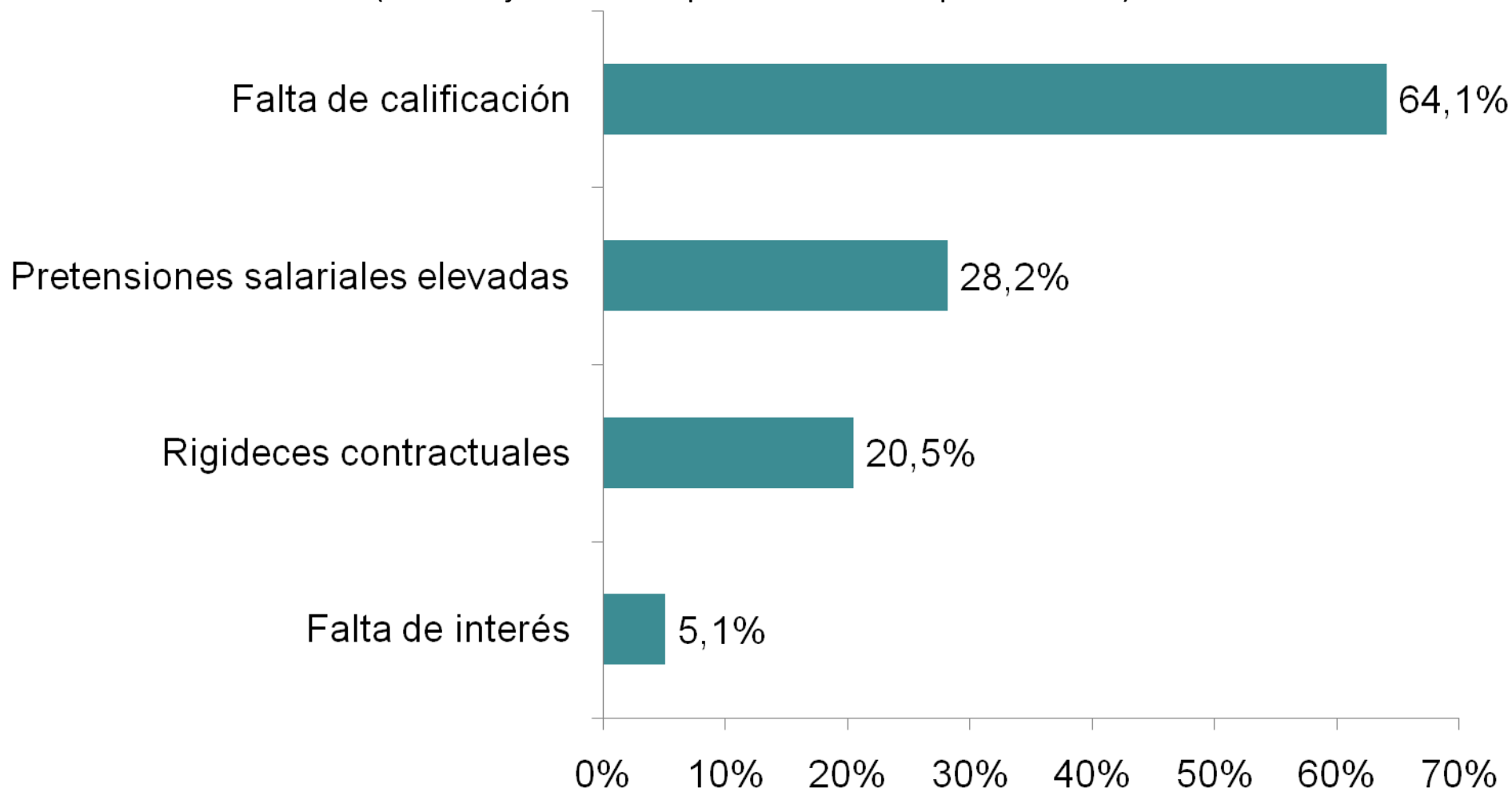


	Empleos relevados
2010	5.096
2011	5.407

El 7,2% posee estudios universitarios completos

Problemas enfrentados ante la contratación de mano de obra

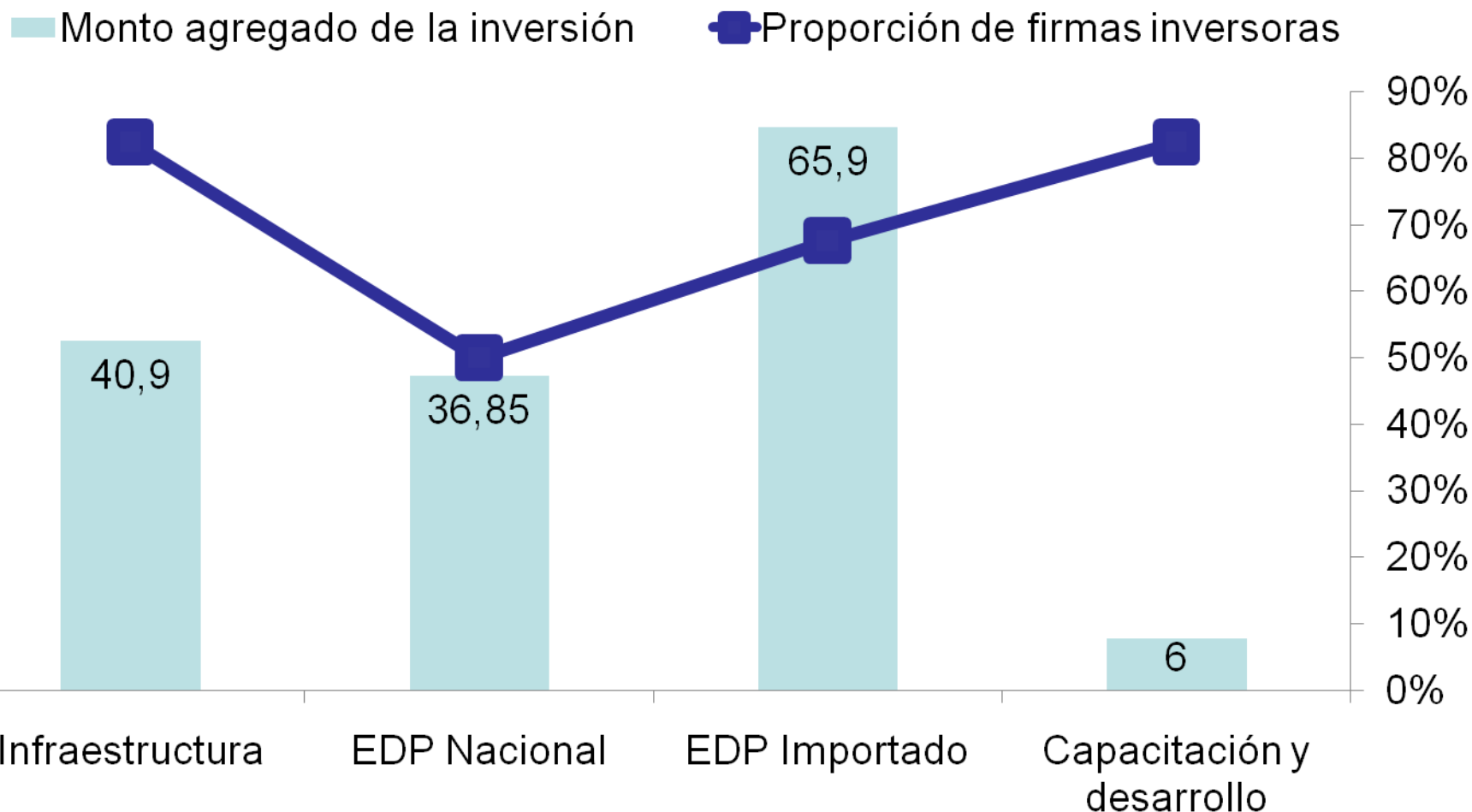
(Porcentaje de firmas que manifiestan la problemática)



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Inversiones por monto y destino

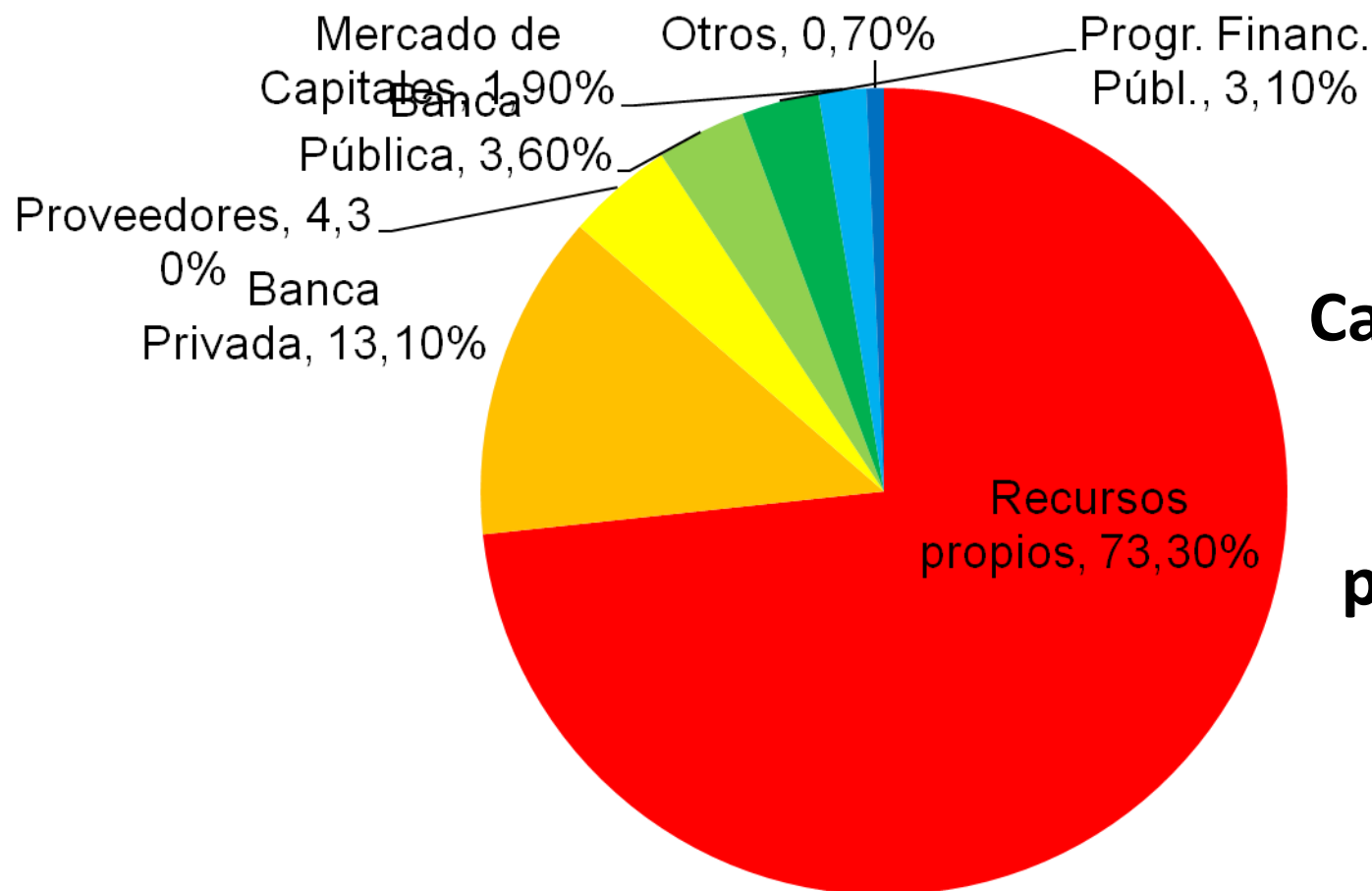
(Millones de pesos en el bienio 2010-11)



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Inversiones por monto y destino

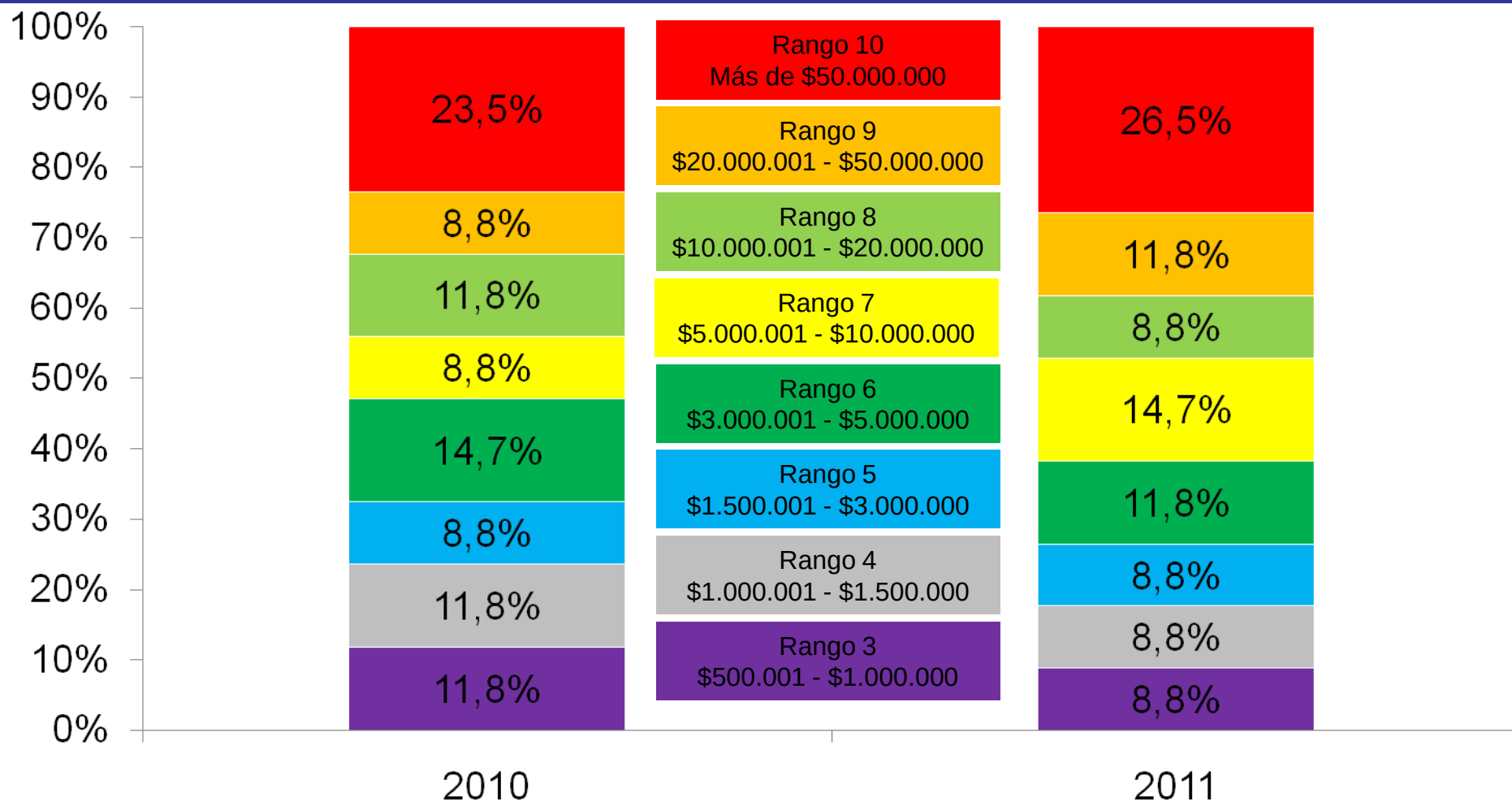
(Millones de pesos en el bienio 2010-11)



**Casi 3 de cada
4 pesos
invertidos
proviene de
recursos
propios**

Ventas por rango (Porcentaje de respuestas general)

Ratio inversión/ventas promedio 2010-2011: 8,2%

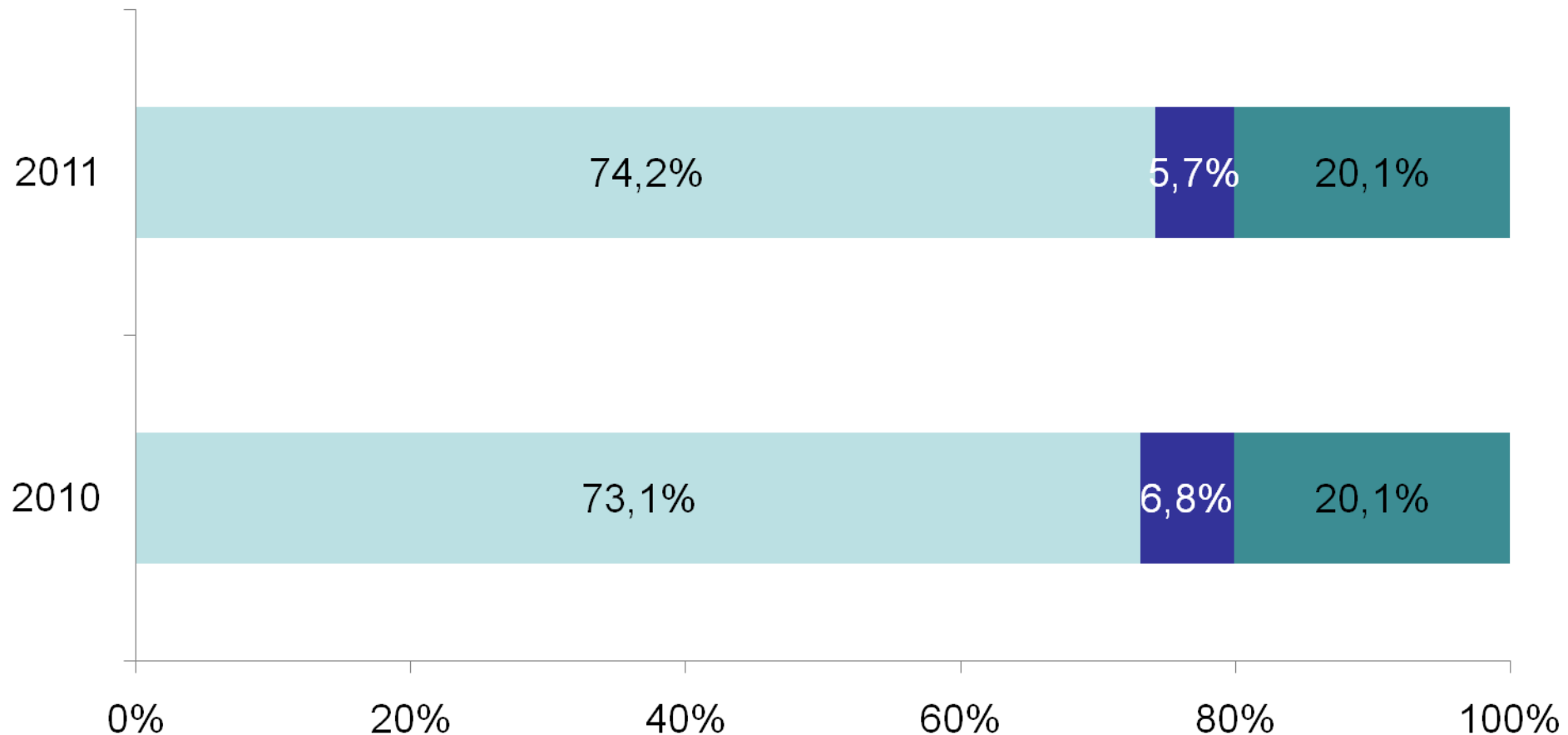


Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Facturación de las firmas según mercado de destino

(Porcentaje de ventas)

■ Córdoba ■ Resto Región Centro ■ Argentina sin Región Centro

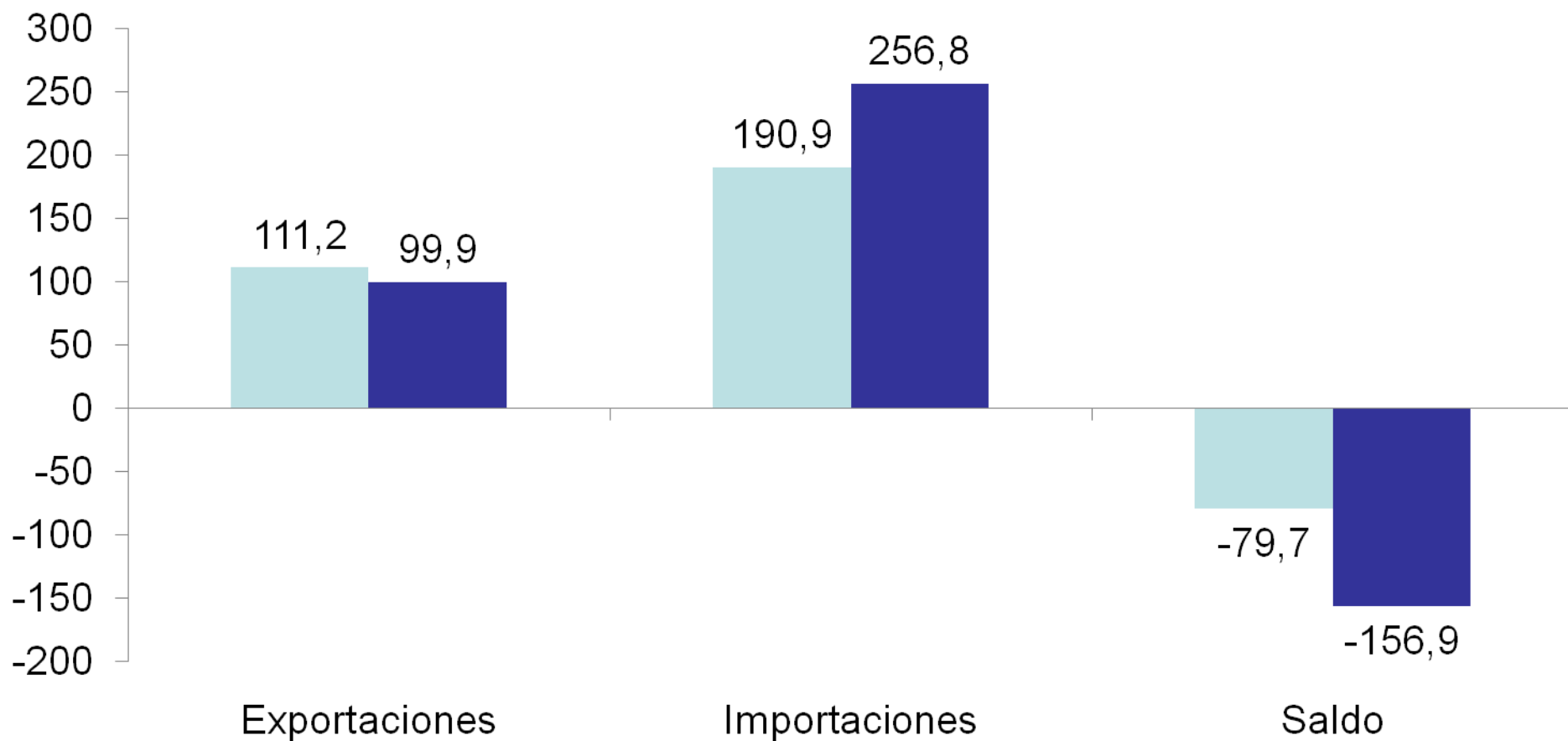


Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Compras y ventas al exterior

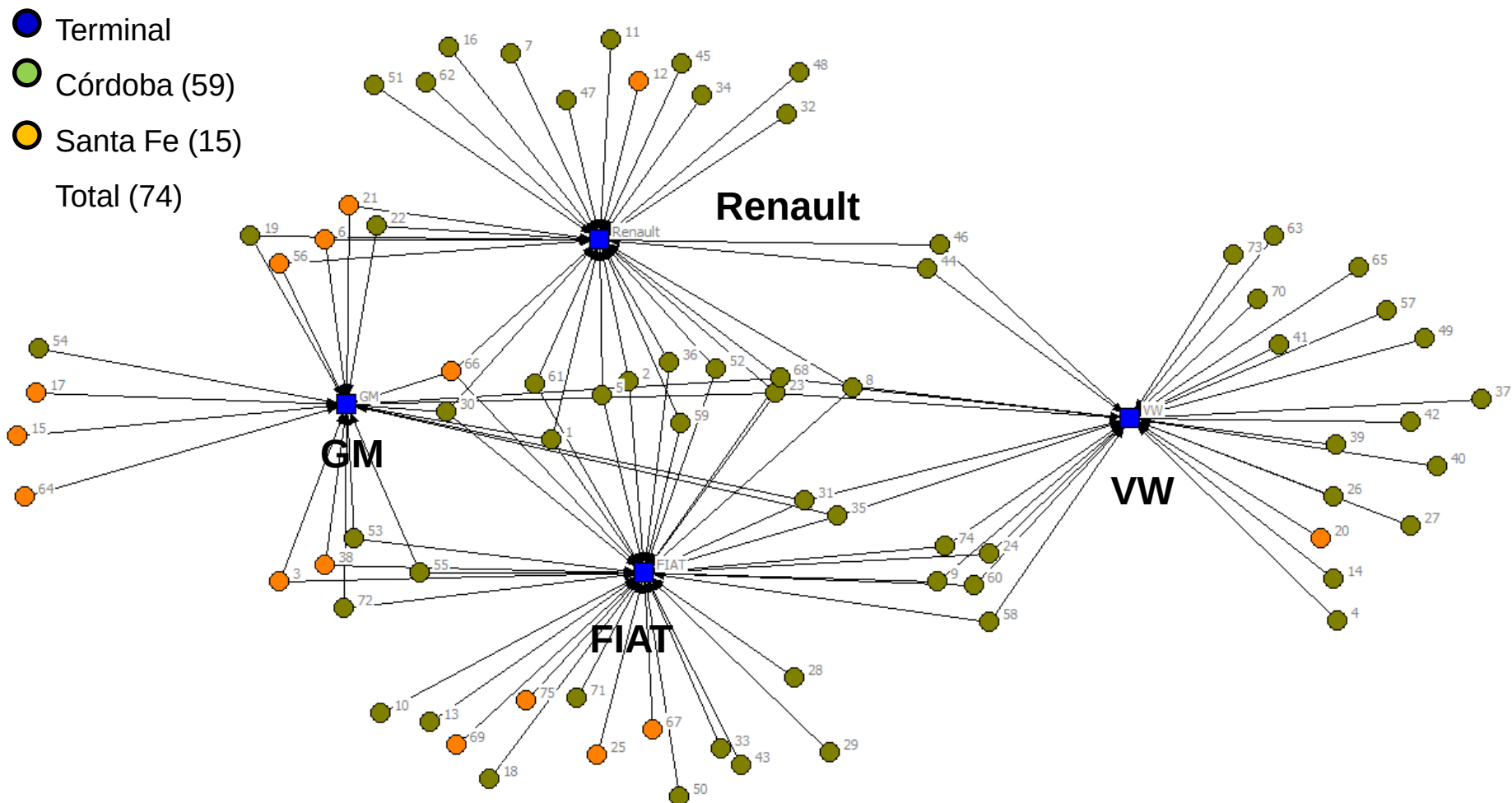
(En millones de pesos)

■ 2010 ■ 2011



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Red de proveedores industriales del primer anillo de la Región Centro



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

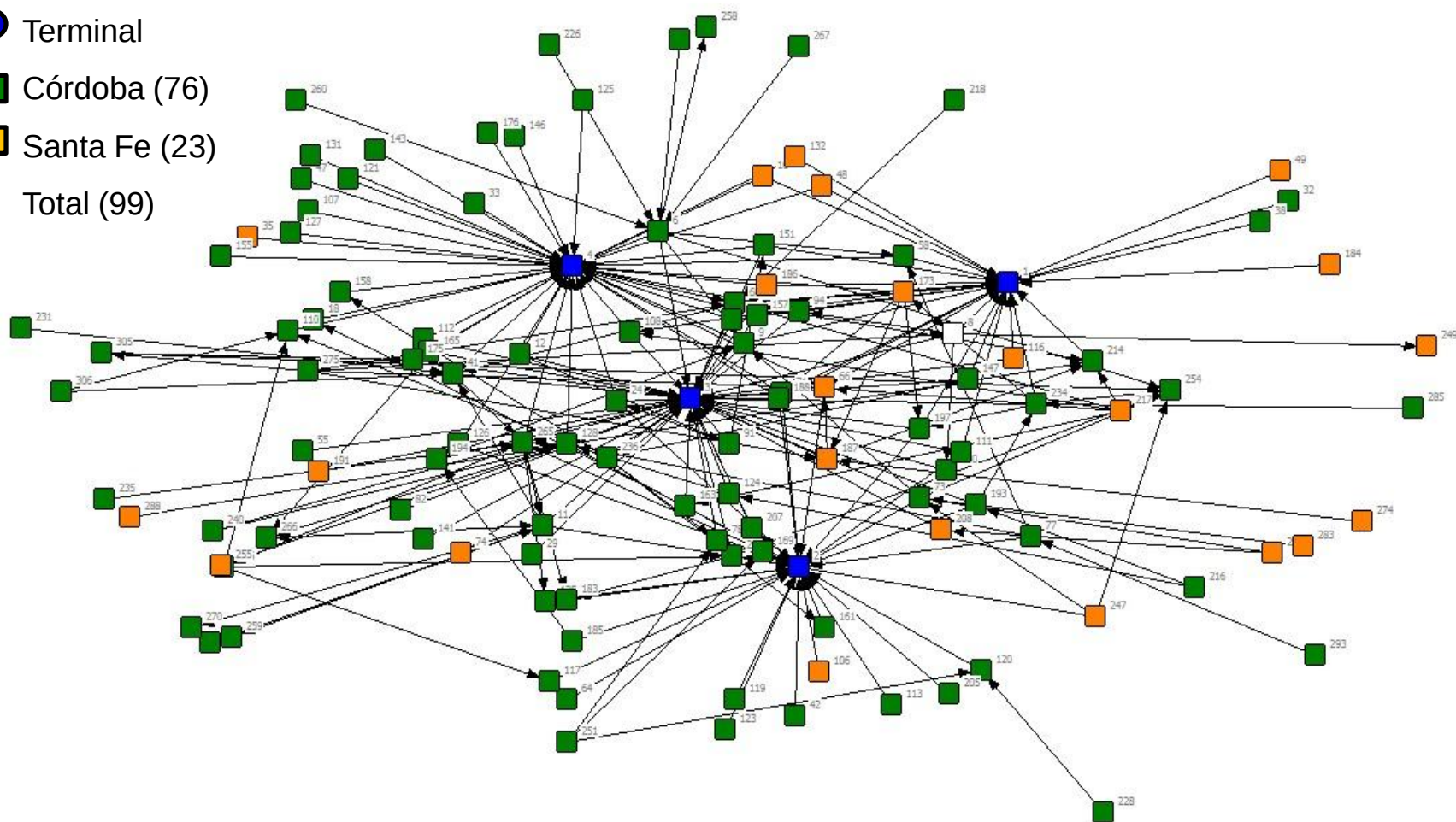
Trama completa de proveedores industriales de la RC según provincia

● Terminal

■ Córdoba (76)

■ Santa Fe (23)

Total (99)



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Red de proveedores industriales de la Región Centro

	General Motors	Volkswagen	Fiat	Renault
Tamaño de la red	21	28	37	30
% Proveedores compartidos	81%	43%	65%	63%
% Localizados en Córdoba	57%	96%	81%	83%
% Localizados en Santa Fe	43%	4%	19%	17%

Empresas de la Cadena

- Las firmas del primer anillo poseen más proveedores ubicados fuera de la Región Centro que las empresas del segundo anillo.
- En promedio cada firma cuenta con **4,1 proveedores y 4,1 clientes.**
- En más del 40% de las firmas, las compras al principal proveedor representan más del 25% del total de los costos.
- A su vez, **el 50% de las firmas encuestadas vende más del 40% de su facturación total a un mismo cliente.**

Primer Anillo

- Tienen en promedio **3,8 proveedores directos** y **3,9 clientes**
- Dispusieron **185 empleados** en promedio **durante 2010** y **197 en 2011** (empresas medianas en promedio); 9% universitarios
- **18%** exporta
- 71% **autofinanciamiento**
- La mayoría de las firmas participantes son **medianas y grandes**
- El **77% de las ventas** tiene como destino **Región Centro**
- A su vez, **el 60% de las firmas encuestadas vende más del 40% de su facturación total a un mismo cliente.**

Segundo Anillo

- Tienen en promedio **4,0 proveedores directos** y **4,5 clientes**
- Dispusieron **20 empleados** en promedio **durante 2010** y **22 en 2011**, **2%** universitarios
- Ninguna exporta
- La gran mayoría de las firmas son **Micros y Pequeñas**
- **82% autofinanciamiento**
- El **88% de las ventas** tiene como destino **Región Centro**
- A su vez, **el 40% de las firmas encuestadas vende más del 40% de su facturación total a un mismo cliente.**

Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Intención y posibilidad de cambio de proveedores y clientes

	Desearía Cambiar Proveedor (1-5)	Desearía Cambiar Cliente (1-5)
Anillo 1	2,11	1,8
Anillo 2	1,6	1,8

	Podría Cambiar Proveedor (1-5)	Podría Cambiar Cliente (1-5)
Anillo 1	2,96	1,8
Anillo 2	2,2	2,2

Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

Cantidad de empresas que cooperan por anillo y actividad

	Cantidad de empresas Anillo 1	Cantidad de empresas Anillo 2
Utilización conjunta de maquinarias	3	2
Utilización conjunta de infraestructura	1	1
Venta conjunta nacional	2	3
Venta conjunta internacional	1	2
Compras conjuntas	3	2
Créditos o garantías conjuntas	0	0
Ferias o viajes promocionales	5	4
Participación en asociaciones sectoriales	10	4

Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista.

ASPECTOS CUALITATIVOS

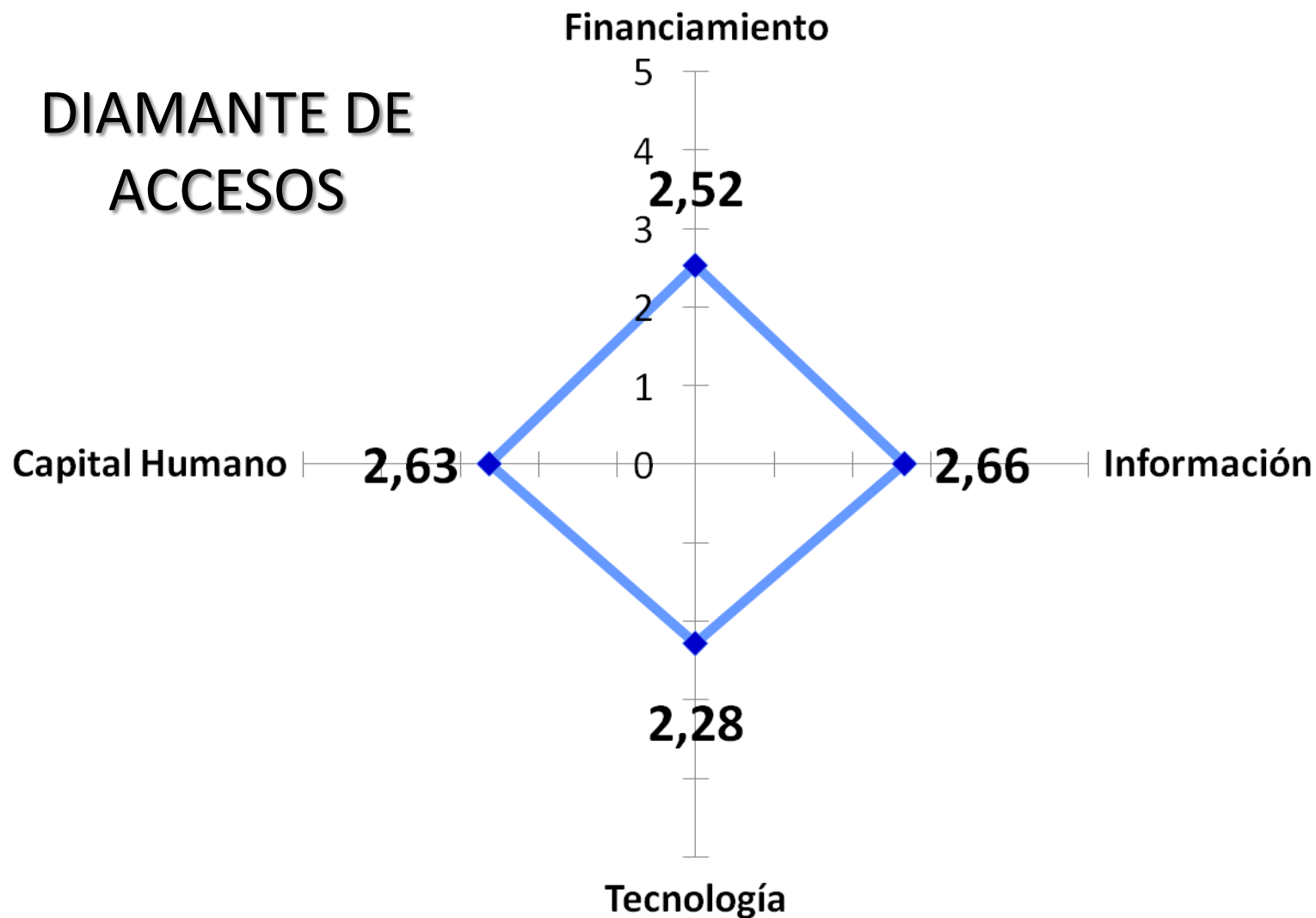
ACCESOS

- FINANCIAMIENTO
- INFORMACIÓN
- TECNOLOGÍA
- CAPITAL HUMANO

CAPACIDADES

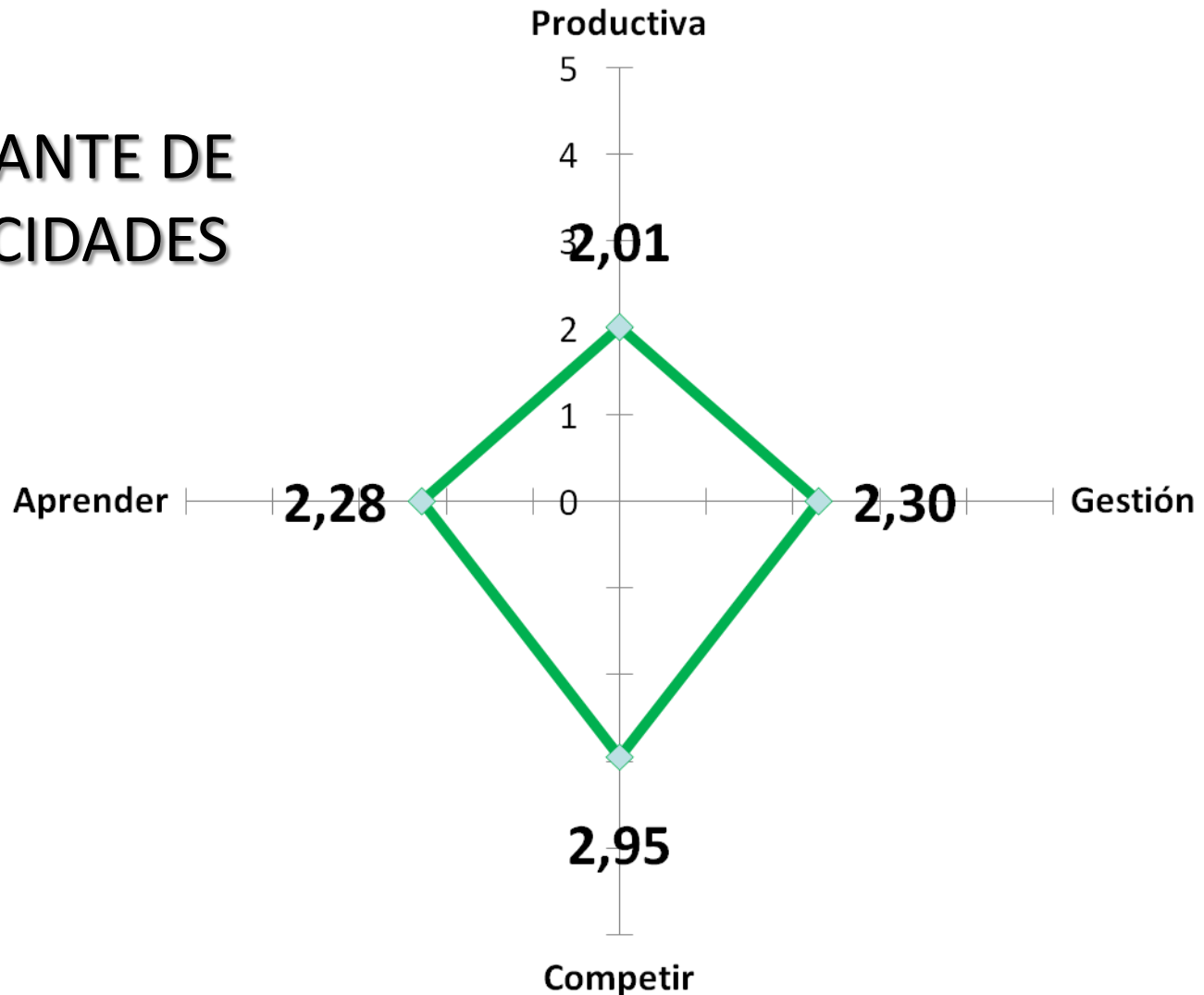
- PRODUCTIVA
- GESTIÓN
- COMPETIR
- APRENDER

ESCALA					
0	1	2	3	4	5
No se	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre maquinaria para la industria alimenticia.

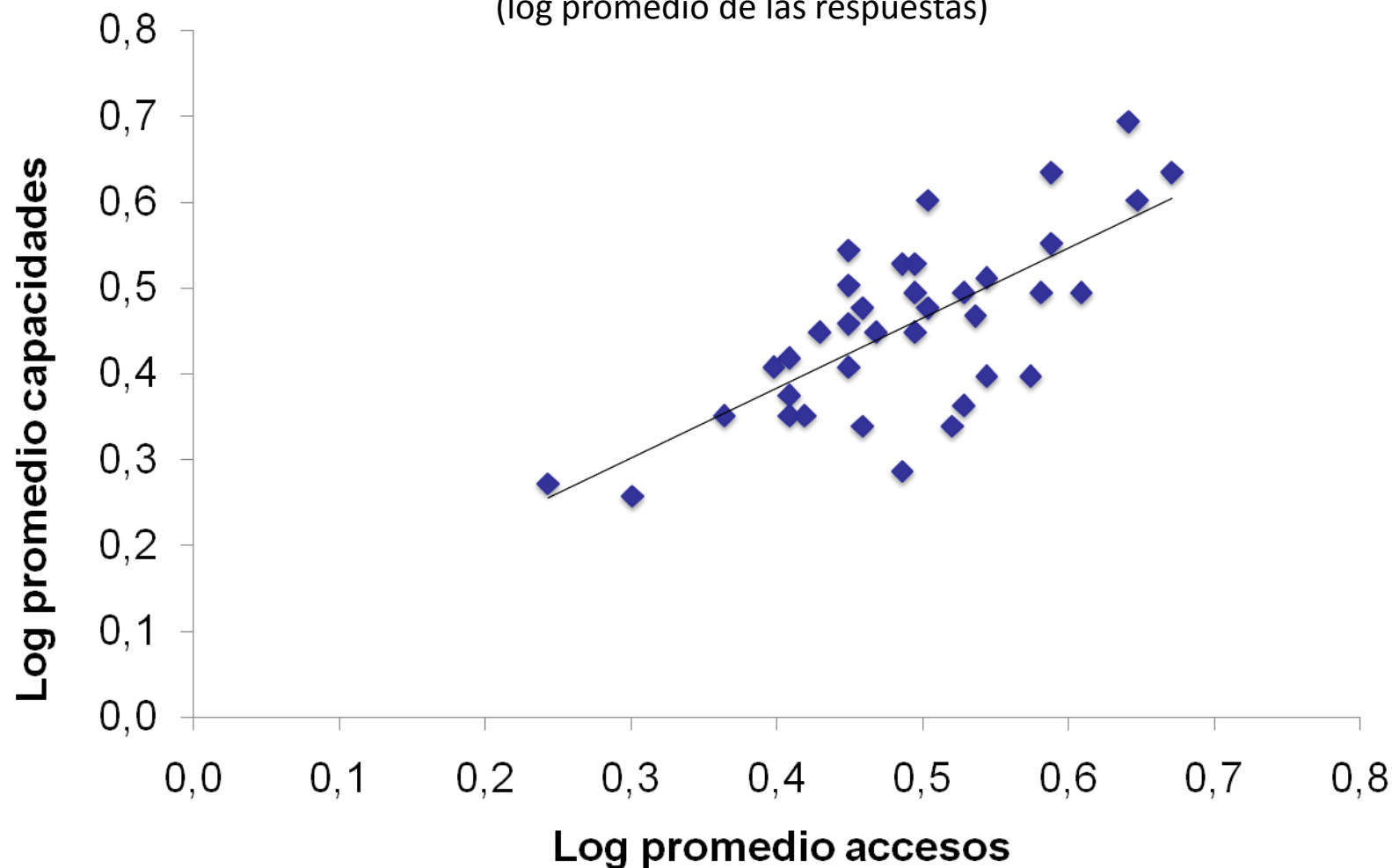
DIAMANTE DE CAPACIDADES



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre maquinaria para la industria alimenticia.

Accesos versus capacidades

(log promedio de las respuestas)



Fuente: IIE en base a Encuesta sobre maquinaria para la industria alimenticia.

Coeficientes de correlación de Pearson

		CAPACIDADES			
		Productiva	Gestión	Competir	Aprender
ACCESOS	Financiamiento	**0,516	**0,461	**0,411	0,166
	Información	**0,431	**0,658	**0,506	0,165
	Tecnología	**0,463	**0,533	**0,549	0,298
	Capital Humano	**0,358	**0,546	**0,519	0,136

Fuente: IIE en base a Encuesta sobre la cadena automotriz-autopartista. **Significativo al 95% de confianza.

Consideraciones finales

- Sector con **tradición**
- **Generador de empleo**
- Empresas **grandes y medianas** en el **primer anillo; micro y pequeñas** en el **segundo**
- Las empresas del **segundo anillo** están más **diversificadas** en la demanda
- El **80% de las ventas** tiene como destino **Región Centro**
- **Sector externo deficitario**

Ideas de política

- Mejora de acceso al financiamiento, capital humano y a la información.
- Impulsar acuerdos de cooperación y participación.
- Analizar estrategias de diversificación sectorial: maquinaria agrícola, alimenticia, medicinal, petrolera, minera
- Estudiar posibilidades de ventas a mercados internacionales
- Analizar partes que puedan ser hechas en la región, pero sin disminuir la eficiencia
- Facilitar acceso a tecnología



!Muchas Gracias por su Atención!

Trabajo realizado por el Instituto de Investigaciones Económicas de
la Bolsa de Comercio de Córdoba

