

Panorama del mercado automotor en Bahía Blanca

El año 2013 demostró cifras record en la comercialización de automotores nuevos y usados, tanto en el país en general como en la ciudad de Bahía Blanca en particular.

Dado el impulso evidenciado en la comercialización de autos, desde el gobierno se llevaron a cabo medidas para contrarrestar el déficit comercial del sector.

A raíz de la devaluación, el impuesto a vehículos de alta gama y la menor oferta de créditos para la actividad, 2014 se presenta como un año complicado para las empresas del sector.

Luego de un 2013 con patentamientos récord de automóviles nuevos y un extraordinario número de transferencias de motovehículos usados realizadas en el país, el 2014 se presenta con dificultades y varios interrogantes para las actividades vinculadas a la comercialización de automotores.

En el presente informe se desarrollan puntos destacados del pasado 2013, características del mercado para aquel año, consideraciones respecto a las modificaciones acontecidas para el sector, perspectivas para este año 2014 y datos representativos de la actividad, todo ello circunscripto a la Argentina en general, pero haciendo énfasis en datos para la ciudad de Bahía Blanca. Para este último caso, la nota se complementa con visitas a diversos referentes de la actividad, tanto comercializadores de autos nuevos de distintas gamas como así también representantes de entidades que comercializan vehículos usados.

Un año 2013 “sobre ruedas” ... un 2014 con dificultades

El año 2013 contó con cifras record respecto a la comercialización de vehículos nuevos en el país. La cifra oficial según la Dirección Nacional de Registros Nacionales de la Propiedad Automotor y de Créditos Prendarios (DNRPA) fue de más de 960.000 patentamientos en la República Argentina, cifra que se ubicó un 14% por encima de lo registrado en 2012 y un 12% por encima del dato del año 2011, valor que se había establecido como número record en aquel momento.

El mercado de usados en Argentina no estuvo ajeno al excelente desempeño de los rodados 0 kilómetro, dado que las transferencias de motovehículos según datos de la DNRPA, superaron el 1.849.000 unidades en 2013, lo que implicó un incremento de transferencias del 5,4% respecto al año 2012 y un leve incremento del 0,8% respecto a la cifra del 2011.

Cabe remarcar que el buen año respecto a ventas no sólo corresponde automóviles y camionetas sino que también el mercado de motos tuvo un movimiento interesante durante el 2013, alcanzando cifras elevadas para lo que fueran las ventas de este

sector en años previos. Para ese año, según DNRPA se patentaron más de 720.000 motos nuevas y se transfirieron casi 274.000 motos usadas.

Por la incorporación de nuevas unidades a las calles del país, a febrero de 2014 el parque automotor argentino supera los 12.700.000 vehículos en circulación. Dentro de este valor, y siguiendo con lo que informa la DNRPA, se considera al parque activo, es decir aquellos vehículos de distinto tipo que se encuentran en condiciones registrales para circular. La cifra presentada equivale a decir que en nuestro país hay 3 autos en circulación por cada 10 personas, aproximadamente.

Sin herramientas financieras que brinden un buen refugio ante la creciente inflación, los pequeños ahorristas se fueron volcando cada vez más a la compra de unidades nuevas porque no se desvaloriza tanto y por lo menos se puede disfrutar. Según una nota realizada a Guillermo Oliveto, director de la Consultora W y experto en consumo, para la clase media la adquisición de un 0 kilómetro representa un “símbolo social”. De esta manera, en un contexto en el que acceder a la vivienda propia resulta complicado, el auto se convirtió en un “aspiracional” para gran parte de los argentinos.

Con un comportamiento de precios de los vehículos que se encontraba por debajo del índice de precios general al consumidor, comprar una unidad nueva resultaba conveniente como alternativa de ahorro y colaboraba con el deseo de alcanzar un auto nuevo. Esto no sólo se daba para aquellos que compraban unidades por primera vez, sino que se trasladó al segundo auto del hogar. Las familias realizaban un sacrificio y reemplazaban el segundo auto familiar, que en general era usado, por uno nuevo. De esta manera, los excedentes en ahorro de las personas se canalizaron en automóviles dadas las complicaciones que se presentaban en el mercado cambiario para hacerse de divisas como resguardo de valor.

Esas complicaciones cambiarias, denominado “cepo cambiario”, estimuló el mercado paralelo de divisas generando una brecha entre la cotización oficial y la cotización no oficial del dólar. Por tal motivo, quien contaba con dólares disponibles poseía un diferencial interesante medido en pesos que fue utilizado, entre otros destinos, a la adquisición de automóviles. Al venderse los autos en pesos, incluso los importados, se podía obtener una ganancia importante para quienes vendían la moneda estadounidense en el mercado paralelo. En aquel momento, quien contaba con los billetes disponibles podía adquirir una unidad de alta gama a precios inferiores a los que se conseguían en sus países de origen, tanto en Estados Unidos como Brasil y mercados de Europa.

Con datos de la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA) se menciona que, dadas las consideraciones anteriores, las 12 marcas que tuvieron un incremento interanual de ventas superior al 44% fueron Lexus, Land Rover, Alfa Romeo, Seat, BMW, Porsche, Subaru, Ferrari, Mercedes Benz, Jeep, Chrysler y Volvo (presentadas en orden de mayor a menor variación). En algunos casos se trata de escasas unidades, pero el crecimiento en ventas explica la preferencia del mercado por adquirir este tipo de marcas de alta gama dado el contexto de oportunidad presentado por el cepo cambiario. En unidades, las ventas de marcas Premium en el total de Argentina representaron algo más del 4% de los vehículos 0 kilómetro comercializados durante el 2013.

Tomando en consideración los distintos segmentos, también puede apreciarse que el año 2013 resultó algo particular dado que los más destacados fueron el SUV (vehículo deportivo utilitario según siglas en inglés), el Premium y el segmento denominado “gama grandes”, los tres con incrementos interanuales superiores al 20%. Los

segmentos medianos y pequeños tuvieron una variación del 2012 al 2013 del orden del 11% al 15% respectivamente.

Por último, puede mencionarse las tasas de financiamiento para la adquisición de automóviles de distintas marcas y segmentos que se encontraban disponibles en el mercado durante el 2013. Este factor colaboró con los mencionados anteriormente para estimular aún más la demanda de automóviles ya que se trataban de tasas negativas en términos reales. Por lo tanto, el impulso a adquirir un auto nuevo también contaba con este componente financiero en la decisión del comprador. Esto se tradujo en más de un 40% de unidades financiadas en la venta, mientras que el valor promedio se ubica por encima del 30% en condiciones normales, según datos de la Asociación de Financieras de Marcas Automotrices (AFIMA).

A pesar de esta dinámica del sector, de años consecutivos con buenas ventas, referentes de la actividad afirman que la suba de los precios en los últimos años no logra acompañar el aumento de los costos. En notas periodísticas, representantes de distintos concesionarios hacían mención que el margen bruto promedio sobre la venta de un 0 kilómetro es de 14% del valor, aproximadamente. Sin embargo, los empresarios afirman que debido a las cargas tributarias ese margen baja para llegar alrededor del 2%. Esto, sin tener en cuenta los impuestos municipales que difieren según la localidad. De esta manera, durante el 2013 algunos comerciantes de automóviles remarcaban que las estructuras que poseen no soportan un mercado con 150.000 unidades menos a nivel país. Y declaraban que para seguir siendo rentables se requiere vender más y ser más eficiente.

El problema de rentabilidad no sólo lo tienen los concesionarios de unidades nuevas, sino que también lo sufren los que venden autos usados. Al respecto, el presidente de la Cámara del Comercio Automotor (CCA) mencionó durante 2013 que la rentabilidad es un tema a resolver en el negocio de los usados. La mayor complicación radica en que los gastos directos e indirectos se ajustaron en el último tiempo en un promedio del 25 al 30% y los autos no acompañaron estos porcentajes.

Al margen de lo expuesto por los vendedores del sector, el nivel de ventas presionó la compra de unidades en el exterior para abastecer el mercado interno. De esta manera, no sólo se importaban al país automóviles terminados, sino que también se adquirían mayor cantidad de componentes necesarios para fabricar las unidades dentro de la Argentina. De ésta manera, la balanza comercial del sector se tornó negativa a pesar de contar con inconvenientes para ingresar automóviles normalmente y de tener que respetar, para algunos casos, la regla de 1 a 1 establecida por el gobierno, por medio de la cual se solicitaba que por cada dólar importado desde el exterior se estimule la exportación de un dólar hacia cualquier destino externo. Este déficit que superó los 8.000 millones de dólares durante el 2013 impulsó la implementación de un impuesto a los “bienes de lujo” que impactó sobre el sector¹, con el objeto de disminuir la salida de divisas por este concepto.

A la carga impositiva se sumó la devaluación de alrededor del 22% en el primer mes del 2014 lo cual encareció aún más las unidades importadas y volvió más onerosas a las unidades de fabricación nacional dado que un 70% de sus componentes son traídos desde el exterior. Junto con la devaluación, se dieron incrementos en las tasas para depósitos a plazo para estimular la colocación de dinero en bancos y desalentar la compra de moneda extranjera, lo que generó que se eleven las tasas ofrecidas para préstamos, entre ellos, los prendarios.

La combinación entre el incremento de la alícuota del Impuesto Interno, la

¹En el Boletín Oficial número 32.796 del 31 de diciembre de 2013 se presenta la ley 26.929 y la modificación a la ley 24.674. En resumen, el principal impacto para el mercado automotor establece la aplicación de un impuesto del 30% a unidades con un valor de más de 170.000 pesos y un impuesto del 50% para unidades que superen los 210.000 pesos. Ambos valores hacen referencia a precios de fábrica sin impuestos. Cabe destacar que se asigna el impuesto considerando valores de referencia y no origen del bien, generando que no pueda distinguirse entre autos nacionales o importados. Se excluyen camiones, utilitarios y pick-ups.

devaluación, el mayor costo de financiamiento junto con la eliminación casi total de líneas promocionales de crédito y la suba inercial del precio de los vehículos modificó drásticamente el panorama para el sector.

El primer factor impacta completamente sobre las concesionarias de autos de alta gama, dado que todos sus modelos ingresan dentro de los parámetros establecidos por el impuesto. En tal caso, se pudo observar una importante caída en la comercialización de este tipo de unidades a partir de la aplicación del impuesto, a pesar de que habían demostrado un excelente desempeño durante el 2013. Esto no solo preocupa a las marcas Premium destacadas, sino que afecta a algunas marcas masivas que cuentan con algunos de sus modelos dentro de estos segmentos de precios, aunque resulta algo marginal, del orden del 4% al 5%. Sin embargo, la preocupación en el sector gira en torno a la falta de cláusulas de ajuste respecto a esos valores de referencia de 170.000 y 210.000, por lo cual, con incrementos mensuales en todas las unidades que se vienen dando a un ritmo elevado, en unos meses algunos autos de gama media podría estar alcanzados por el mencionado tributo.

De esta manera, la carga impositiva de un auto de alta gama en el país se ubica alrededor del 68% y genera que Argentina tenga valores en dólares para este tipo de bienes muy superiores a los precios de las mismas unidades en países de la región.

Con base en datos de ACARA, entre principios de enero de 2014 y los primeros días de marzo del mismo año la mayoría de marcas de alta gama han tenido una retracción en unidades vendidas que se aproximan al 80% para algunos casos, mientras que el promedio general de ventas del país se retrajo en un 9,3%.

Esta retracción general del 9,3% a principios del 2014 se produce principalmente como consecuencia de la caída en ventas de unidades nuevas de gama media o baja, las cuales representan la mayor cantidad de compras. Los incrementos de precios en distintos autos como consecuencia de la devaluación y de reacomodamientos pendientes, generaron una caída en la demanda.

A lo anterior se suma un componente que impacta principalmente a los autos de entrada de gama, ya que desde el 2014 no pueden venderse unidades nuevas que no tengan bolsas de aire (airbags) anticollisión y frenos antibloqueo (ABS). Ese mejor equipamiento supone un mayor valor, sin contar inflación y devaluación. Por último, en este aspecto podría considerarse que como los autos más caros dejan un margen superior, los de venta más masiva podrían aumentar para poder cubrir los costos ante la previsible merma de operaciones de los alcanzados por el impuesto.

Por su parte, también se dio un encarecimiento de los créditos y la desaparición de las ofertas promocionadas por las financieras de las automotrices. Recién a partir de marzo del presente 2014 volvieron a conocerse algunas unidades con precios bonificados y tasas de interés en créditos del sector que si bien están lejos de las ofrecidas durante el 2013, se presentan interesantes. Sin embargo, a la modificación en la mayoría de las tasas crediticias para la adquisición de unidades nuevas se suma la reducción en los plazos de financiamiento, ya que en la mayoría de los casos pasaron de 36 a 24 meses, influyendo negativamente en los montos a pagar por mes.

Con todo lo anterior, desde ACARA pronostican que en 2014 se venderían 650.000 unidades, lo que marcaría un derrumbe de alrededor del 35% respecto a la cifra de vehículos alcanzados en 2013. A esto debe sumarse, para preocupación de las terminales de producción local, que Brasil, con una participación del 88% de los envíos al exterior, no tendrá un buen año. Esto, sumado al menor dinamismo de Europa y

el nulo aporte de mercados en baja, como Venezuela, determinarán que 2014 cierre con una disminución de exportación de automóviles del orden del 5%. Puesto en números esto implicaría 20.000 unidades menos que en 2013, aproximadamente. Sólo se prevé que las fábricas que estén orientadas a la producción de pick-ups o de comerciales livianos van a mantener sus niveles de envíos, porque estas ventas en Brasil podrían sostenerse durante el 2014.

Con base en el informe estadístico número 1.604 de marzo de 2014 elaborado por la Asociación de Fabricantes de Automotores (ADEFSA) se observa que en el acumulado enero-febrero del 2014, respecto al mismo período del año anterior, la producción nacional de vehículos cayó en un 8%, las exportaciones en casi un 7%, las ventas a concesionarias cayeron alrededor de un 19% y las ventas a concesionarias de vehículos de producción nacional cayeron para el mismo período casi un 20%.

A medida que las terminales bajen el ritmo de fabricación, se van a ver reducciones de turnos y, en el caso de la industria autopartista, algunos despidos y la no renovación de contratos para aquellos empleados que están tercerizados. Por este motivo, el sindicato que agrupa a los trabajadores del sector comercial, Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor de la República Argentina (SMATA), pone su foco de preocupación en los puestos laborales. Las terminales productivas y las concesionarias, junto con el gremio de SMATA, vienen explicando a los funcionarios el aspecto más vulnerable de la situación que se centra en la pérdida de numerosos puestos de trabajo.

Con la solicitud planteada, el gobierno nacional estudia alternativas ante el difícil panorama, aunque reconoce que por el momento el impacto en ventas es marginal y ronda el 4% al 5% de las ventas de entidades comercializadoras del sector. Como propuesta se presentó la solicitud de una entrega por parte de terminales de fabricación de unidades y de concesionarias de la estructura de costos de las mismas para poder justificar los aumentos de precios de principios del 2014, dado que desde el gobierno entienden que las subas son superiores a las que se deberían generar luego de la devaluación de los últimos meses. El objetivo de las entidades del sector es, al menos, revisar el monto a partir del cual se aplica el impuesto, elevando el valor tope que hoy se encuentra en 170.000 pesos. Según referentes de la actividad, se estudia la modificación de ese piso a un valor que se elevaría hasta alcanzar sumas entre 280.000 y 300.000 pesos, lo que les permitiría a las terminales aplicar rebajas de precios en diversos modelos de vehículos.

Además, se suman dos argumentos que colaboran con la solicitud de modificaciones. El primero radica en el carácter neutral del nuevo impuesto a los autos de alta gama, dado que si bien el gobierno consideraba que recaudaría unos 2.000 millones de pesos anuales, por el momento la recaudación es casi neutra como producto de la caída en las importaciones y en las ventas en el mercado interno de ese origen, como consecuencia primero de la aplicación del impuesto y luego de la devaluación. Respecto de esto último, la suba del tipo de cambio nominal, se manifestó que beneficiaría exclusivamente a los sectores exportadores, al disminuir la incidencia de sus costos no transables, como por ejemplo el salario, siempre y cuando se sostenga su demanda externa, cuestión que no está sucediendo para la mayoría de las terminales automotrices locales.

Hasta el momento, del encuentro entre representantes del gobierno, representantes de ACARA y representantes de ADEFSA, se estableció que los empresarios se comprometen a volver a reunirse para presentar las listas de precios que se están aplicando. Las empresas pidieron al gobierno que les garantice cierta previsibilidad

de la economía hacia adelante, sobre todo, en lo que hace al dólar y a la inflación. En contrapartida, el gobierno nacional les exigió que el sector garantice a sus clientes previsibilidad, con un normal abastecimiento de las unidades, y precios estables. A esto dicen acompañarlo con el envío por parte del Poder Ejecutivo al Congreso de “una ley de promoción del autopartismo” para disminuir la importación de autopartes y colaborar con la estructura de costos del sector fabril.

Situación para Bahía Blanca

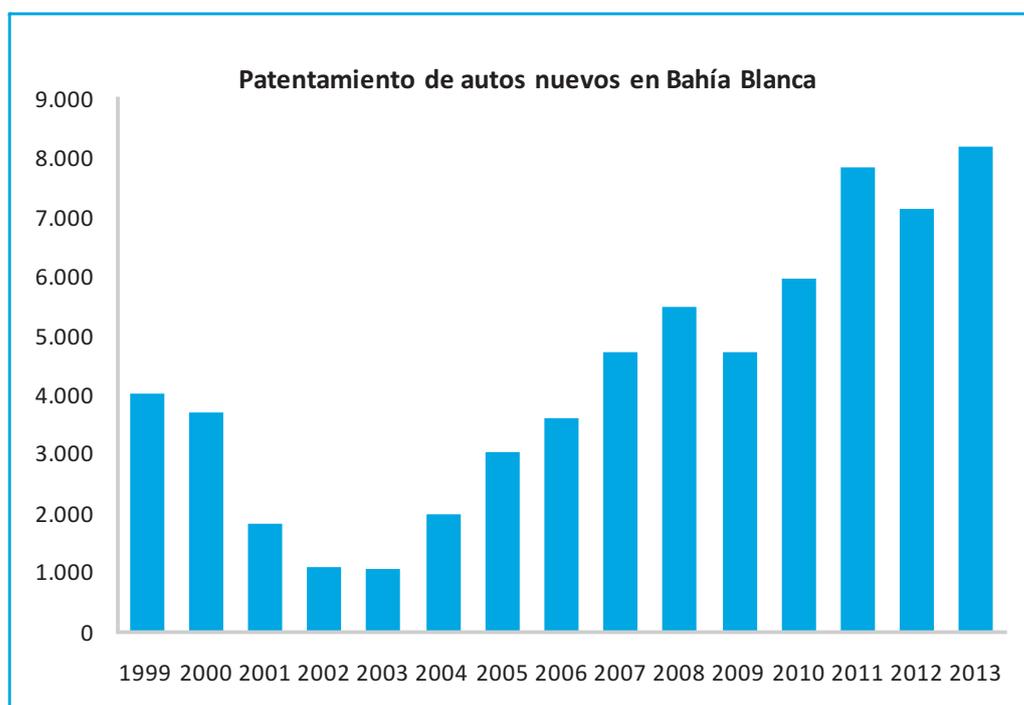
Bahía Blanca también contó con cifras record del mercado automotor durante el 2013. Según datos de la DNRPA se patentaron unas 8.220 unidades nuevas en la ciudad, lo que significa un incremento anual del 15% respecto al 2012 y una variación del orden del 4,5% respecto al valor del 2011, la mayor cifra obtenida de patentamientos previo al 2013. Se estima, según datos de ACARA que de los más de 8.200 automotores patentados, alrededor del 70% son importados, independientemente de la gama a la que se haga referencia.

Por su parte, las transferencias de motovehículos usados también presentaron una buena dinámica en el 2013 para Bahía Blanca. Se contabilizaron 22.665 transferencias lo que implica un crecimiento de casi el 19% respecto al año 2012 y un 16% de aumento al compararlo con los registros del 2011, valores obtenidos de la DNRPA.

Estos guarismos llevarían al parque automotor de la ciudad a cifras que se estiman cercanas a las 160.000 unidades en circulación, equivalente a un 1 auto cada 2 personas, aproximadamente.

Retomando la comercialización de autos nuevos, el segmento de mayor crecimiento interanual durante el 2013 fue el de autos de gama Premium, con una variación

Gráfico 1



Fuente: DNRPA

positiva superior al 130%, seguido de la gama Livianos, la cual creció durante 2013 un 27% respecto al año 2012, para la ciudad de Bahía Blanca. Ambos resultados se deben en gran medida a las causas mencionadas en párrafos anteriores referenciados a la actividad del sector y sus distintos estímulos durante el 2013. Cabe destacar igualmente que las ventas de autos de los segmentos Premium y Gama grandes representan un 1% de las ventas totales en unidades realizadas en la ciudad de Bahía Blanca durante el 2013.

Si se observan los modelos más vendidos en la ciudad en número de unidades para el 2013 los 5 primeros representan el 20% del total de ventas y ninguno de ellos se encuentra en segmentos de gama elevada.

El 2014, como consecuencia de los diversos factores que se mencionaron con anterioridad y que afectaron al sector, se presenta con grandes dificultades e interrogantes para las entidades del sector en la ciudad. Si bien los patentamientos en Bahía Blanca del periodo enero-febrero del 2014 según DNRPA se incrementaron en un 0,7% respecto al mismo período del año anterior, y las transferencias de motovehículos usados subieron un 7% en el mismo período, no deben confundirse con ventas realizadas durante ese lapso de tiempo.

ACARA por su parte demuestra una leve contracción en la venta de autos nuevos si se incorporan al lapso de tiempo enero-febrero de 2014, los primeros días de marzo del mismo año. Esto se explica principalmente porque a partir del mes de marzo, según mencionan numerosos referentes de la actividad, recién se podrá contar con un primer balance más aproximado de lo que está sucediendo en el sector. En tal sentido, la caída en ventas es del orden del 5,4%.

En vehículos de alta gama, las caídas son de relevancia, y si se registra alguna operación en general responde a ventas pautadas con antelación al 2014 o de unidades que se ofrecen a un precio "intermedio" entre el estipulado luego de la reglamentación del impuesto y el que existía previo a la misma. Sumadas a las retracciones en ventas de vehículos de gama alta, también se observan contracciones en ventas respecto al mismo período del año anterior en marcas con productos de gama baja y media, principalmente.

En general, a pesar de que el impuesto las excluye, también se observan caídas en las ventas de pick-ups para el período de 2014 mencionado en el párrafo precedente.

Estado de situación y perspectivas 2014 en la ciudad

Para complementar los datos estadísticos obtenidos desde distintas fuentes oficiales, se realizó una visita a concesionarias de distinto tipo ubicadas en la ciudad.

En primera instancia se consultaron datos de estructura del sector. Según diversos padrones consultados, en la ciudad habría cerca de 20 concesionarios dedicados exclusivamente a la comercialización de vehículos nuevos y unos 30 concesionarios destacados de vehículos usados.

En cuanto al empleo generado, lógicamente, las entidades dedicadas a la comercialización de unidades nuevas cuentan con mayor número de personal que las dedicadas a ventas de automotores usados. En este último caso, es muy común el empleo familiar y la contratación de pocos empleados terceros a la firma. A su vez,

²Tanto los operarios de taller como los encargados de la comercialización de repuestos a los que se hace mención se encuentran en relación de dependencia de concesionarias de automóviles nuevos en la ciudad de Bahía Blanca.

por el tamaño de mercado al que se dedican, las concesionarias de autos nuevos de carácter más masivo emplean mayor cantidad de personas que las que se dirigen a segmentos de consumo Premium. Tomando en consideración empleados afectados a venta convencional y por medio de planes de ahorro, personal de administración, operarios de taller, vendedores de repuestos y otro tipo de empleados, el sector emplearía en Bahía Blanca alrededor de 840 personas de forma directa². Si a este número se adicionan los comercios de venta exclusiva de camiones nuevos y motos nuevas, la cifra podría alcanzar las 1.000 personas.

Con base en datos a nivel país del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, el salario bruto promedio de una persona afectada a la venta de vehículos automotores usados en 2013 era de más de 6.600 pesos, mientras que el salario bruto promedio del 2013 para los empleados afectados a ventas de vehículos automotores nuevos era de casi 9.200 pesos. Aquí se hace referencia al salario fijo, al cual se le agrega una comisión por ventas que ronda entre el 0,8% y el 1% del valor final del bien comercializado, según expresaron referentes de la actividad.

Dentro de la estructura de costos de las diferentes concesionarias, puede mencionarse como gastos relevantes, además del costo de la mercadería vendida, los salarios, la carga impositiva, el mantenimiento de las instalaciones y los gastos publicitarios, como los más importantes. Considerando las erogaciones necesarias para desarrollar la actividad, se obtiene un margen neto por la venta de autos nuevos que puede rondar el 2% al 4%, y ser, generalmente, algo superior en la comercialización de usados, actividad que posee mayor volatilidad en precios y condiciones de venta.

La forma de comercializar los automóviles nuevos y usados se divide entre contado y financiado. Dentro de este último ítem se reconocen ventas a plazo financiadas por diversos entes, como pueden ser terminales automotrices, bancos o el propio local de venta. En Bahía Blanca, aproximadamente 4 de cada 10 autos nuevos se vende con financiación, mientras que el resto se realiza por medio de operaciones de contado. Sin embargo se destacan diferencias al respecto teniendo en cuenta que en marcas de alta gama la proporción a financiar siempre es menor. Según referentes de la actividad, en autos de elevado valor la parte financiada surge principalmente por razones contables o impositivas, y se marca una clara diferencia con vehículos de gama inferior, dado que a medida que el cliente adquiere un vehículo de mayor valor su atención respecto al crédito se centra principalmente en la tasa y no en el monto de la cuota, apelando esencialmente a obtener un buen negocio financiero. Por su parte, los clientes que adquieren un auto de menor valor, en general observan si pueden alcanzar el valor de la cuota que surge en la transacción, sin tener en cuenta como foco central al costo financiero total en el que incurrir.

Para la venta de automotores usados, la parte a financiar depende mucho del cliente que se atiende y de la operación. En general, el porcentaje comercializado de manera financiada es inferior al que se observa en venta de autos nuevos. El concesionario de autos usados que a su vez se dedica a comercializar alguna unidad nueva puede llegar a ofrecer las mismas alternativas de financiamiento que ofrecen las concesionarias oficiales de vehículos nuevos dado que en algunos casos la marca del automóvil financia por medio de su terminal de fabricación o cuenta con algún convenio con bancos.

Ante un escenario complicado como el que se espera sea el año 2014, se muestran diferencias entre los distintos concesionarios. Si se observan los dedicados exclusivamente a vehículos de alta gama, su panorama es desalentador dado que con precios de unidades en valores tan elevados la venta es escasa.

Las concesionarias de autos usados tampoco presentan numerosas alternativas ante un contexto desfavorable. Para ellas la receta se centra en comprar bien el usado y apelar a contar con una buena rotación de unidades, sin descuidar la liquidez del negocio. Resultará vital poseer “intuición” para llevar a cabo negocios y lograr una buena tasación de los rodados, debido a que actualmente no hay una clara referencia acerca del precio aproximado al que deben comercializarse los mismos. En momentos como los actuales se vuelve difícil tomar como parte de pago automóviles que poseen baja rotación o cuentan con un mercado muy restringido para su compra. Por último, para este tipo de entidades la consignación podría ser una forma de obtener un canon por la comercialización de este tipo de unidades, pero depende mucho del cliente dado que tiene que estar dispuesto a inmovilizar la unidad por un tiempo determinado sin contar con la garantía de que se va a vender en el corto plazo ya que ello depende de un sinnúmero de factores como el modelo, el estado general del vehículo, el tipo de cliente al que se dirige, las prestaciones y confort que el auto tiene, etc.

Por su parte, las concesionarias de autos nuevos dirigidos a diferentes segmentos de mercado en general presentan una estructura mayor y pueden apoyar los resultados del comercio en alguna de sus múltiples actividades. Por tal caso, es común observar que varios concesionarios que ofrecen autos nuevos por medio de venta convencional o plan de ahorro, también cuentan con el servicio post venta de la garantía o taller oficial. A esto se suma la comercialización de autopartes originales y repuestos de la marca y en algunos casos anexan alguna división de venta de usados. Para algún caso, el alquiler de automotores también se presenta como una unidad de negocio adicional. Por lo tanto, el respaldo para la sucursal puede estar dado por medio de la parte de servicios en momentos en los cuales la venta de autos nuevos merma y se ubica por debajo de los registros de los últimos años.

Referentes de venta de autos nuevos consideran que este podría ser un buen año para la venta de autos usados ya que al alejarse en precios los autos nuevos, y aún más los asociados a segmentos de alta gama, el cliente puede incorporar unidades de modelos más viejos pero a precios más acordes. De hecho, según la Cámara del Comercio Automotor (CCA), a nivel país la comercialización de autos usados tuvo un buen inicio en 2014. Sin embargo, los representantes locales de entidades de autos usados manifiestan que están atravesando uno de los peores momentos respecto a ventas en lo que va del 2014 al compararlo con períodos complicados sucedidos en años previos. Las ventas son muy escasas y existe mucho interés por conocer cuál es el valor de los vehículos usados, pero principalmente con el objeto de tener una referencia respecto a los valores actuales de mercado.

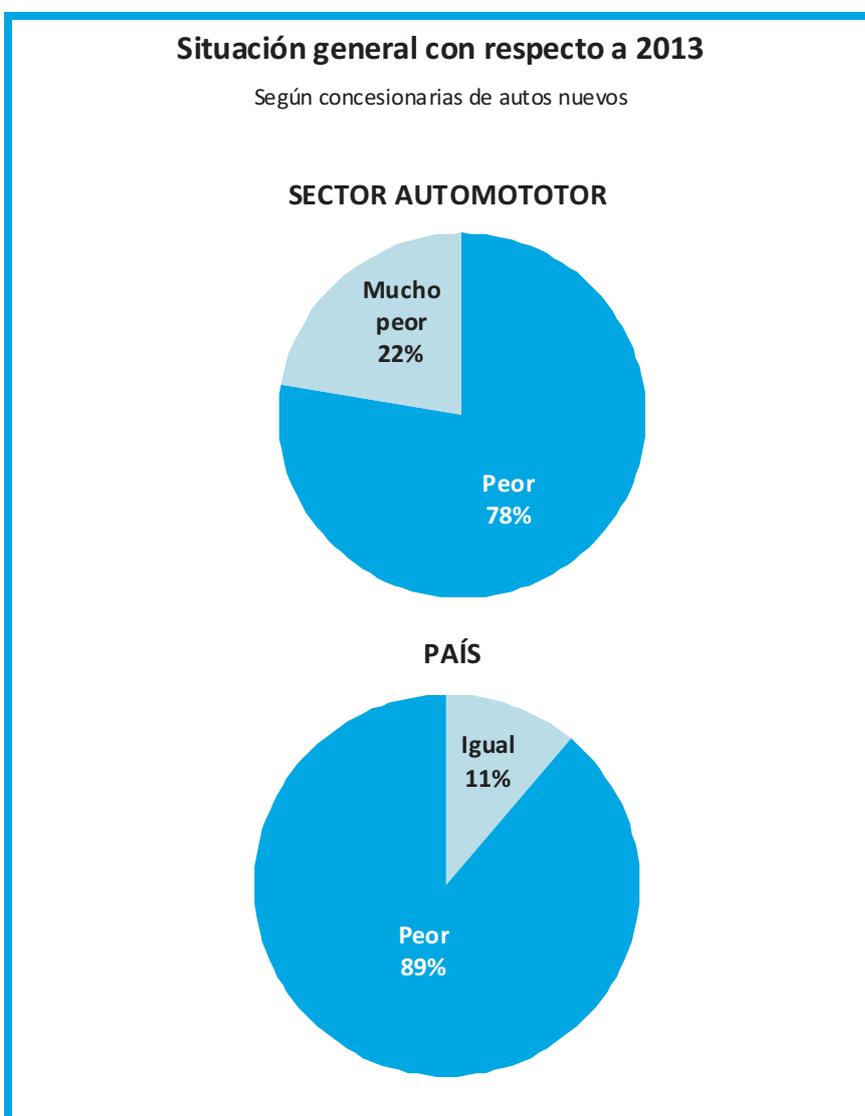
De lo anterior se desprende una aclaración relevante vinculada a la actividad y que generalmente se presta a confusión. Existe una diferencia clara entre venta de auto nuevo y patentamiento de auto nuevo. Lo mismo sucede con respecto a venta de autos usados y transferencias registradas de autos usados. En ambos casos, es el nivel de ventas el que marca el termómetro de la actividad, y tanto en unidades nuevas como usadas las mismas se han visto reducidas a principios del 2014, en algunos casos llegando casi a cero. Por otra parte, las registraciones en los organismos pertinentes suceden con posterioridad a la operación de compra-venta, y en algunos casos para esos plazos se hace referencia a meses de distancia de la transacción inicial. Por ende, el comparativo interanual de registraciones puede mostrarse como buena aproximación de la actividad de un año para el sector, pero las cifras que abarquen períodos más breves de tiempo deben ser analizadas con mayor cautela.

Consultando a referentes de la actividad bahiense sobre perspectivas de ventas

para el todo año 2014, debe diferenciarse respecto al segmento atendido y al tipo de concesionaria. Para las ventas de autos usados, los referentes de la actividad en su mayoría esperan que se reduzcan en más de un 30% durante el 2014 respecto al año anterior, llegando a mencionar que podrían verse reducidas entre un 50%. Las concesionarias de autos nuevos, excluyendo a las direccionadas al mercado de alta gama, esperan una caída de ventas de alrededor del 30%.

De esta manera, las concesionarias de autos usados concuerdan en presentar que la situación general del sector se describiría como mucho peor respecto a la del año 2013. Por su parte, las entidades que se dedican a vender autos nuevos en su mayoría presentan a este año como peor que el año anterior. En tal sentido, y acompañando a la perspectiva de su sector en particular, los concesionarios de autos usados definen a la situación del país en su conjunto durante el 2014 como peor o mucho que peor que la del año 2013. Por su parte, los locales de venta de unidades 0 kilómetro ven al país peor que en 2013 y en algún caso lo presentan como igual al año anterior.

Gráfico 2



Tal contexto complicado para la actividad ha originado que se comenzaran a llevar a cabo reducciones de personal en la ciudad. Mientras que algo más de la mitad de los concesionarios de automotores nuevos han mencionado que el plantel de personal se vería disminuido durante el 2014, siendo que el restante grupo de entidades expresó

que pretenden mantenerlo igual al actual, los concesionarios usados en general no cuentan con intenciones de reducir el número de personal, dado que en general se trata de grupos pequeños de trabajo, con marcada presencia familiar en el negocio.

Algunos de los consultados en el medio local desearon remarcar que las cifras del 2013 se ubicaron muy por encima de la media, tanto a nivel del país y como de la ciudad. Por este motivo, reconocen que estaba sobredimensionado el mercado, contando con incentivos a la compra de autos que en situaciones normales no deberían estar presentes. La realidad de los últimos años, con la incorporación de rodados 0 kilómetro a la circulación en las calles también podría indicar que existe un principio de saturación, ya que la antigüedad promedio del parque automotor debe haber evidenciado una reducción interesante. Por tal motivo, una merma en el mercado era una de las posibles alternativas que presentaba el sector, pero no se contaba con la injerencia estatal en la definición final que va a atravesar la realidad de este tipo de actividades en 2014.

Repasando cuestiones que se vinculan al desarrollo de la comercialización de autos, se consultó a referentes si existe algún tipo de complicación para la importación de unidades. Si bien esto depende de la marca a la que se haga referencia, en general concuerdan que las complicaciones que existieron durante el 2013 no pueden compararse con las que podría llegar a darse durante el 2014 dado que la demanda de unidades se verá reducida y por ende el ingreso de automóviles no contará con tanta presión a la importación. Asimismo, la intención de las distintas terminales, en general, apunta a equilibrar exportaciones e importaciones para contar con mayores facilidades al momento de requerir divisas para el ingreso de unidades.

Vinculado al punto anterior, en el mercado local el impuesto a los autos de alta gama tiene un fuerte impacto en concesionarias que se dedican exclusivamente a ese segmento de mercado. Por su parte, el resto de concesionarias cuentan, en algunos casos, con modelos que superan el piso establecido para la aplicación tributaria, pero se trata de un mercado marginal que se aproxima al 3% o 4%, siendo algo superior en alguna otro tipo de concesionarios con vehículos de gama más elevada dentro de los modelos ofrecidos en la ciudad.

Respecto a las modificaciones en precios surgidas por el impuesto, referentes de la actividad marcaron la posibilidad de conflictos por ventas preacordadas para aquellas concesionarias que se manejan con la solicitud de un porcentaje del valor de la unidad previo a la entrega del vehículo. A su vez, remarcaron que alguna de estas demandas podría trasladarse a pick-ups durante el 2014 debido a que este segmento no fue alcanzado por el impuesto y las prestaciones de confort y seguridad que ofrecen las camionetas en la actualidad las aproximan a vehículos de la gama SUV.

En aquellas concesionarias que la terminal de fabricación ofrecía créditos a tasa subsidiada ya sea por medio de la financiera de la propia fábrica o por acuerdos con algún banco, se reconoció que debieron darse ajustes en tal sentido. De esta manera, las tasas que se obtienen actualmente en el mercado para la compra de unidades 0 kilómetro son bastante más elevadas que las ofrecidas durante el 2013. A su vez, el monto a financiar en algunos casos se redujo o se trabaja con plazos más breves para la devolución del préstamo. En general se ofrecen para un número determinado de modelos y si bien cuentan con tasas que son el doble o el triple que las del 2013, en algunos casos siguen presentándose como una oportunidad ante las expectativas inflacionarias para los próximos años. Según referentes del sector, para aquel empleado en relación de dependencia que posee un salario acorde y cuenta con el respaldo de ajustes salariales garantizados por gremios que obtienen buen

arreglo en paritarias, la compra de un auto financiada en cuotas a las tasas vigentes puede ser un buen negocio, aunque por el momento prima el miedo ante la decisión y se presenta como duda la alternativa de quedarse sin empleo dado el complicado contexto reinante en el país.

Consultados acerca de los planes de ahorro, las posturas son disímiles. En algunos casos, referentes del sector no son proclives a recomendar este tipo de operatoria. Por otra parte, las concesionarias que en general apuntan a un segmento de clientes que adquieren autos de gama media/alta no cuentan con este tipo de venta dentro de sus alternativas.

Para aquellas que ofrecen plan de ahorro, sus referentes marcan que se pueden observar algunas bajas de personas que suspenden el pago del plan y lo ofrecen a la venta. Podría tratarse de alrededor de un 20% de los planes que están en vigencia, en los cuales cuenta no sólo el valor al que se trasladó la cuota a pagar sino también el mantenimiento del puesto laboral por parte de quien lo está adquiriendo. La demanda de planes nuevos también podría verse afectada para la mayoría de las concesionarias de Bahía Blanca.

La apreciación que transmiten quienes ofrecen este tipo de planes para la compra de 0 kilómetro es que, quienes tengan la posibilidad de seguir pagando el plan sin que ello conlleve una complicación a su normal desarrollo de vida, les conviene seguir haciéndolo dado que actualmente no hay demasiadas alternativas para volcar el dinero hacia otro destino. De esta manera, a pesar de los incrementos en las cuotas, quien continúa pagando un auto por medio de estos planes se capitaliza según el incremento del valor de la unidad en el mercado y está pagando el 1,18% de un 0 kilómetro todos los meses, independientemente del valor final al que se haga referencia. Esto es así en aquellos casos en los que aún no se hizo entrega de la unidad, ni por licitación ni por sorteo.

Con referencia a los retrasos en la entrega de las unidades adquiridas, se observan diferencias según el concesionario al que se haga referencia. En algunos casos, las entidades deciden trabajar con un nivel de stock para cubrir algunas demandas y no tener que enfrentar la inmovilización de capital que implica comprar varias unidades para mantener. Sin embargo, en algunos casos, esta situación planteada se relaciona con el acuerdo que las terminales de fabricación hacen con los distintos concesionarios, planteando un objetivo mínimo de ventas, el cual no siempre es alcanzado. En otros casos, el concesionario decide trabajar con stocks mínimos y solicitar a fábrica las unidades según la demanda disponible. En estos casos, la demora en la entrega suele resultar algo superior.

En muchos casos, al margen de la forma de trabajar, los retrasos se han reducido dado que al detenerse la presión de demanda, se trabaja con menor solicitud de entrega a fábrica. Diferente resulta en algunos modelos importados que no están liberados al ingreso. Y la complicación puede resultar algo superior si el cliente solicita algún color o línea en particular, la cual no se encuentra dentro de las unidades más solicitadas para esas marcas. En términos generales, contando con disponibilidad de la unidad y color solicitado, la entrega tiene una demora que se ubica entre 15 y 30 días para ventas convencionales. En planes de ahorro según marca, modelo y color, en general los plazos son superiores.

Para finalizar se consultó acerca del perfil del cliente que esperan atender durante el 2014. Concesionarias que cuentan con ofrecimiento de vehículos de gama media y alta, sin ser los autos Premium de marcas destacadas, consideran que podrían captar

una parte del mercado que dejará de adquirir unidades de lujo, para trasladarse a marcas que poseen buen prestigio y buena relación precio/calidad.

Se dará una traslación de un mercado “consumista” como el del 2013 a un mercado más reducido que tomará bien su decisión de compra. En algunos casos se seguirá dando el aprovechamiento de créditos oportunos a tasas reales negativas, principalmente en aquellos casos en los que el destino de sus fondos no sea suficiente para trasladarse a inmuebles o no deseen adquirir dólares en el mercado no oficial. Se seguirá encontrando en el mercado al comprador habitual que intenta cambiar su vehículo cada determinado período de tiempo. Y los referentes de la actividad local consideran que podrá verse a algún comprador ocasional que proviene de sectores con buen ajuste salarial y seguridad laboral.

Algunos mencionan que podría verse un buen desempeño en utilitarios y pick-ups dado que no están alcanzados por impuestos y en muchos casos son herramientas de trabajo aplicadas a una función específica que requiere el recambio.

Las transiciones “intramarca” también podría ser una de las características de este 2014. Al existir ajuste de precios en los vehículos, los clientes se ubican en unidades de gama inferior a la que deseaban adquirir. A pesar de ello, aquellos compradores que aún no tiene decidido qué auto comprar generará que la competencia entre concesionarias sea elevada, intentando captar al cupo de mercado que presenta intenciones en adquirir un 0 kilómetro.

En el caso de los autos usados, consideran que el cliente de este 2014 podría ser gente que cuente con el dinero y no encuentre alternativas de colocación. Se podría tratar de compras de autos de gama media o baja por parte de personas con algún excedente económico que le permita animarse a realizar la operación en momentos como el presente.

Como consecuencia de los precios actuales y del temor ante la incertidumbre del futuro, varios representantes de entidades reconocen que puede ser un buen año para actividades de mantenimiento de vehículos. Es por ello que para aquellas concesionarias que cierran el círculo de la actividad, el impacto del año 2014 en el total de sus actividades podría ser menor y contar con buen rendimiento por el lado del servicio y la venta de repuestos originales de las marcas.

Comentarios finales

El automotriz es el rubro insignia de la actividad fabril argentina. Además de haber mostrado las mayores tasas de crecimiento desde la devaluación de 2002, el sector representa en simultáneo la expansión de las exportaciones nacionales de la última década y el sostenido crecimiento del consumo interno, impulsor de la actividad general. Es por ello que después de un excelente año, las complicaciones surgidas durante el presente 2014 inquietan a representantes del sector, gremios vinculados a este tipo de actividades, y por supuesto a trabajadores afectados de manera directa e indirecta con la comercialización de autos en general.

El 2013 se caracterizó por ser extraordinario en nivel de ventas, impulsadas por la necesidad de colocar el dinero en bienes durables para contrarrestar la devaluación

de la moneda. A esto se sumaron factores financieros para aquellos que pudieron aprovechar créditos a tasas convenientes y el buen negocio que generaba quien contaba con dólares y podía obtener un automóvil de alta gama a un precio notablemente inferior al que se observaba en países de la región, e incluso de Estados Unidos o Europa.

La dinámica comercial automotor finalizó el año con un déficit comercial en su balanza lo que despertó la preocupación del gobierno nacional al ser un sector con altos requerimientos de divisas. Ello llevó a los organismos públicos oficiales a instalar un impuesto a los bienes de lujo, que impactó sobre el sector de automóviles de nivel Premium. Sin embargo, con posterioridad a la medida, el país tuvo una devaluación de gran magnitud que encareció a las unidades importadas y los insumos de los automotores que se compran en el exterior para culminar la fabricación de unidades locales. A su vez, las tasas de interés de créditos prendarios dejaron de resultar lo convenientes que venían siendo durante el 2013. Este combo de factores afectó negativamente al comercio de vehículos tanto nuevos como usados, por lo cual se solicitaron revisiones de medidas.

Bahía Blanca no estuvo ajena a la buena dinámica del 2013 y las dificultades de principios de 2014. Los referentes de la actividad local esperan una importante retracción en ventas para el año lo que define a la situación general del sector como peor o mucho peor que la del año previo. En general podría esperarse una reducción en el número de personal vinculado directa e indirectamente al sector. Las concesionarias de autos usados esperan encontrar alternativas a la complicada situación y manifiestan que deberán ser cautas al momento de llevar adelante una operación de compra-venta. Por último, las concesionarias de autos nuevos que concentran sus actividades en segmentos de gama media-baja, pick-ups y utilitarios podría tener un menor impacto, más aún en el caso de aquellos concesionarios que además de las ventas de nuevos anexan al local servicios de reparación y mantenimiento integral, comercialización de repuestos u otro servicio complementario al sector automotor. ■