

Geografía

3°

Formación General del Ciclo Orientado

América Latina en la cadena global automotriz

Actividades para estudiantes

Serie PROFUNDIZACIÓN · NES



Buenos Aires Ciudad



Vamos Buenos Aires

JEFE DE GOBIERNO

Horacio Rodríguez Larreta

MINISTRA DE EDUCACIÓN E INNOVACIÓN

María Soledad Acuña

SUBSECRETARIO DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Diego Javier Meiriño

DIRECTORA GENERAL DE PLANEAMIENTO EDUCATIVO

María Constanza Ortiz

GERENTE OPERATIVO DE CURRÍCULUM

Javier Simón

SUBSECRETARIO DE CIUDAD INTELIGENTE Y TECNOLOGÍA EDUCATIVA

Santiago Andrés

DIRECTORA GENERAL DE EDUCACIÓN DIGITAL

Mercedes Werner

GERENTE OPERATIVO DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EDUCATIVA

Roberto Tassi

SUBSECRETARIA DE COORDINACIÓN PEDAGÓGICA Y EQUIDAD EDUCATIVA

Andrea Fernanda Bruzos Bouchet

SUBSECRETARIO DE CARRERA DOCENTE Y FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL

Jorge Javier Tarulla

SUBSECRETARIO DE GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

Sebastián Tomaghelli

Subsecretaría de Planeamiento Educativo, Ciencia y Tecnología (SSPECT)

Dirección General de Planeamiento Educativo (DGPLEDU)

Gerencia Operativa de Currículum (GOC)

Javier Simón

Equipo de generalistas de Nivel Secundario: Bettina Bregman (coordinación), Cecilia Bernardi, Ana Campelo, Cecilia García, Julieta Jakubowicz, Marta Libedinsky, Carolina Lifschitz, Julieta Santos

Especialista: Fernanda González Maraschio

Subsecretaría de Ciudad Inteligente y Tecnología Educativa (SSCITE)

Dirección General de Educación Digital (DGED)

Gerencia Operativa de Tecnología e Innovación Educativa (INTEC)

Roberto Tassi

Especialistas de Educación Digital: Julia Campos (coordinación), Josefina Gutierrez

Equipo Editorial de Materiales Digitales (DGPLEDU)

Coordinación general de Contenidos Digitales: Silvia Saucedo

Colaboración y gestión de Contenidos Digitales: Manuela Luzzani Ovide

Edición y corrección: María Laura Cianciolo

Corrección de estilo: Vanina Barbeito, Ana Premuzic

Diseño gráfico y desarrollo digital: Ignacio Cismondi

Asistente editorial: Leticia Lobato

Cartografía: José Pais

La presente publicación se ajusta a la representación oficial del territorio de la República Argentina establecida por el Poder Ejecutivo Nacional a través del Instituto Geográfico Nacional por Ley N° 22.963 y ha sido aprobada por Expte. N° EX-2019-98732214- -APN-DNSG#IGN, de fecha 4 de noviembre de 2019.

Este material contiene las actividades para estudiantes presentes en *Geografía. América Latina en la cadena global automotriz*, 3.º año. ISBN 978-987-673-532-2

Se autoriza la reproducción y difusión de este material para fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que se especifique claramente la fuente.

Se prohíbe la reproducción de este material para reventa u otros fines comerciales.

Las denominaciones empleadas en este material y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte del Ministerio de Educación e Innovación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de los países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

La mención de empresas o productos de fabricantes en particular, estén o no patentados, no implica que el Ministerio de Educación e Innovación del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires los apruebe o recomiende de preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan.

Fecha de consulta de imágenes, videos, textos y otros recursos digitales disponibles en Internet: 15 de noviembre de 2019.

© Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Ministerio de Educación e Innovación / Subsecretaría de Planeamiento Educativo, Ciencia y Tecnología.

Dirección General de Planeamiento Educativo / Gerencia Operativa de Currículum, 2019.

Holmberg 2548/96, 2.º piso-C1430DOV-Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

© Copyright © 2019 Adobe Systems Software. Todos los derechos reservados.

Adobe, el logo de Adobe, Acrobat y el logo de Acrobat son marcas registradas de Adobe Systems Incorporated.

¿Cómo se navegan los textos de esta serie?

Los materiales de la serie Profundización de la NES cuentan con elementos interactivos que permiten la lectura hipertextual y optimizan la navegación.



Adobe Reader Copyright © 2019.
Todos los derechos reservados.

Para visualizar correctamente la interactividad se sugiere bajar el programa [Adobe Acrobat Reader](#) que constituye el estándar gratuito para ver e imprimir documentos PDF.

Pie de página

Volver a vista anterior

Al clicar regresa a la última página vista.



Ícono que permite imprimir.



5



Folio, con flechas interactivas que llevan a la página anterior y a la página posterior.

Itinerario de actividades



Actividad 1

Atascados en hora pico

Organizador interactivo que presenta la secuencia completa de actividades.

Notas al final

¹ Símbolo que indica una nota. Al clicar se direcciona al listado final de notas.

Notas

¹ Ejemplo de nota al final.

Actividades

Actividad 1 Atascados en hora pico

- a. Reunidos en grupos de tres o de cuatro integrantes, observen el tránsito automotor en una avenida o vía principal de comunicación en los horarios de mayor flujo vehicular. Realicen un registro que incluya lo siguiente:

Íconos y enlaces

El color azul y el subrayado indican un [vínculo](#) a un sitio/página web o a una actividad o anexo interno del documento.

Itinerario de actividades



Actividad 1

Atascados en hora pico



Actividad 2

El mercado automotriz en América Latina



Actividad 3

La Argentina en la cadena automotriz-autopartista



Actividad 4

¿Cómo mejorar la participación en la cadena automotriz?

Actividad 1 Atascados en hora pico

A lo largo de las actividades de este material, van a estudiar cómo funciona la industria automotriz, sus transformaciones recientes y cómo se configura actualmente como una cadena global de valor (CVG). Las cadenas productivas están compuestas por todas las etapas necesarias para producir un bien o un servicio, desde su diseño y las diferentes fases necesarias para su manufactura, hasta la comercialización del producto terminado y su disposición final una vez utilizado, pasando por todos los actores sociales que intervienen en cada proceso. Además, van a conocer cómo es la participación de algunos países de América Latina en el mercado de automotores y analizar los casos de Argentina y México como productores de vehículos y autopartes.

Esta primera actividad propone investigar sobre los tipos de autos que circulan en la Ciudad de Buenos Aires y comenzar a conocer cómo se construye un vehículo en la actualidad.

Para ello, deberán realizar una salida de experimentación donde observarán el tránsito y registrarán sus principales características. Luego, se les pedirá que interpreten los resultados e identifiquen las principales empresas productoras de automotores y sus países de origen.

Primera parte

- a. Reunidos en grupos de tres o de cuatro integrantes, observen el tránsito automotor en una avenida o vía principal de comunicación en los horarios de mayor flujo vehicular. Realicen un registro que incluya lo siguiente:
 - Clasificación de los vehículos por tipos: automóviles, camiones, *pick-ups*, utilitarios, buses o colectivos.
 - Marcas observadas y, si es posible, modelos.
 - País de origen de cada marca. Esto puede completarse posteriormente, con una búsqueda en internet que facilite la tarea.
- b. En clase, junto con el/la docente, elaboren un cuadro de síntesis con la información relevada por cada grupo. ¿Cuáles fueron los vehículos más observados por tipo y marca? Para sistematizar la información, pueden utilizar una planilla de cálculo como [OpenOffice Calc](#) u [Hojas de Cálculo de Google](#) (ver [tutorial de OpenOffice Calc](#) y [tutorial de Google Drive Hoja de Cálculo](#) en el Campus Virtual de Educación Digital). A partir de los datos, pueden generar un gráfico (por ejemplo, de barras o de torta) para representar la información relevada.
- c. Reflexionen entre todos/as: ¿Conocían todas las marcas?, ¿observaron marcas nuevas o que desconocían?, ¿les resultó difícil asociar una marca con un país?

Segunda parte

- d. En el mismo grupo de trabajo, lean la entrevista al gerente de ventas de una empresa automotriz en la Argentina y respondan:
- ¿De qué origen es la empresa?
 - ¿Dónde se fabrican los vehículos de la marca?
 - ¿De dónde provienen las partes que componen el vehículo?

Entrevista al gerente de ventas de la filial argentina de una empresa automotriz, realizada en agosto de 2019.

— ¿De qué origen es la empresa?

— La empresa es de Alemania, específicamente de la Región Bávara (Múnich).

— ¿Dónde se fabrican los autos de la marca?

— Los puntos de fabricación están desarrollados principalmente en los siguientes países: Alemania, Austria, China, Estados Unidos, México, Brasil, Sudáfrica.

— ¿La empresa tiene filiales en países de América Latina? ¿En cuáles?

— Tiene tres subsidiarias en América Latina: México, Brasil y Argentina. En el resto de los mercados, por ahora, tiene importadores privados, que representan la marca en cada uno de los países restantes de Latinoamérica.

— ¿Dónde se fabrican los principales componentes o autopartes con los que se ensambla un vehículo de la marca?

— Se busca integrar la cadena de producción del vehículo en las zonas donde se encuentra la planta. Así sucede en los Estados Unidos, por ejemplo, donde hay 400 compañías que proveen a la planta, instaladas específicamente en ese estado (Carolina del Sur) para abastecerla con la mayor proximidad y fortalecer el *just in time planning** con el fin de reducir costos y ser más competitivos. En México se ha decidido desarrollar una planta, que fue inaugurada recientemente, en junio 2019, en San Luis Potosí, una región con elevado potencial de desarrollo de nuevos fabricantes de autopartes para abastecer a la planta y, a su vez, a otras automotrices ya instaladas en México.

El elevado interés en el mercado norteamericano hace que las automotrices encuentren en México un país muy atractivo para invertir, dada la cercanía y la reducción de costos logísticos, y también debido a que se cuenta con proveedores de USA (en caso de no tener opciones en México). Otra razón para elegir ese país es la constante seguridad jurídica y las condiciones de producción, exportación, importación en las últimas décadas.

— **¿Existe un mercado regional de consumidores de los vehículos de la marca? ¿Cuáles son los modelos más vendidos?**

— La tendencia mundial es similar en todos los mercados. Por supuesto, en los EE. UU. se comercializan vehículos más grandes; en Europa, medianos; y en países latinoamericanos, más económicos, pero no hay modelos que se comercialicen en una región y no se ofrezcan en otra. El *lineup** de producto es el mismo para todo el mundo.

— **¿Qué obstáculos presentan los países de América Latina para la comercialización de los vehículos de la marca? ¿Y para la instalación de una fábrica?**

— Los obstáculos para la comercialización están más relacionados con los cambios de regulaciones que pueden afectar drásticamente la planificación de ventas y elevar los costos de producción. Si bien la inestabilidad económica puede afectar el corto plazo, la marca se enfoca con elevado interés en los países de Latinoamérica por tener el mejor pronóstico de crecimiento, incluso sin importar el bajo nivel de volumen versus otras regiones del mundo.

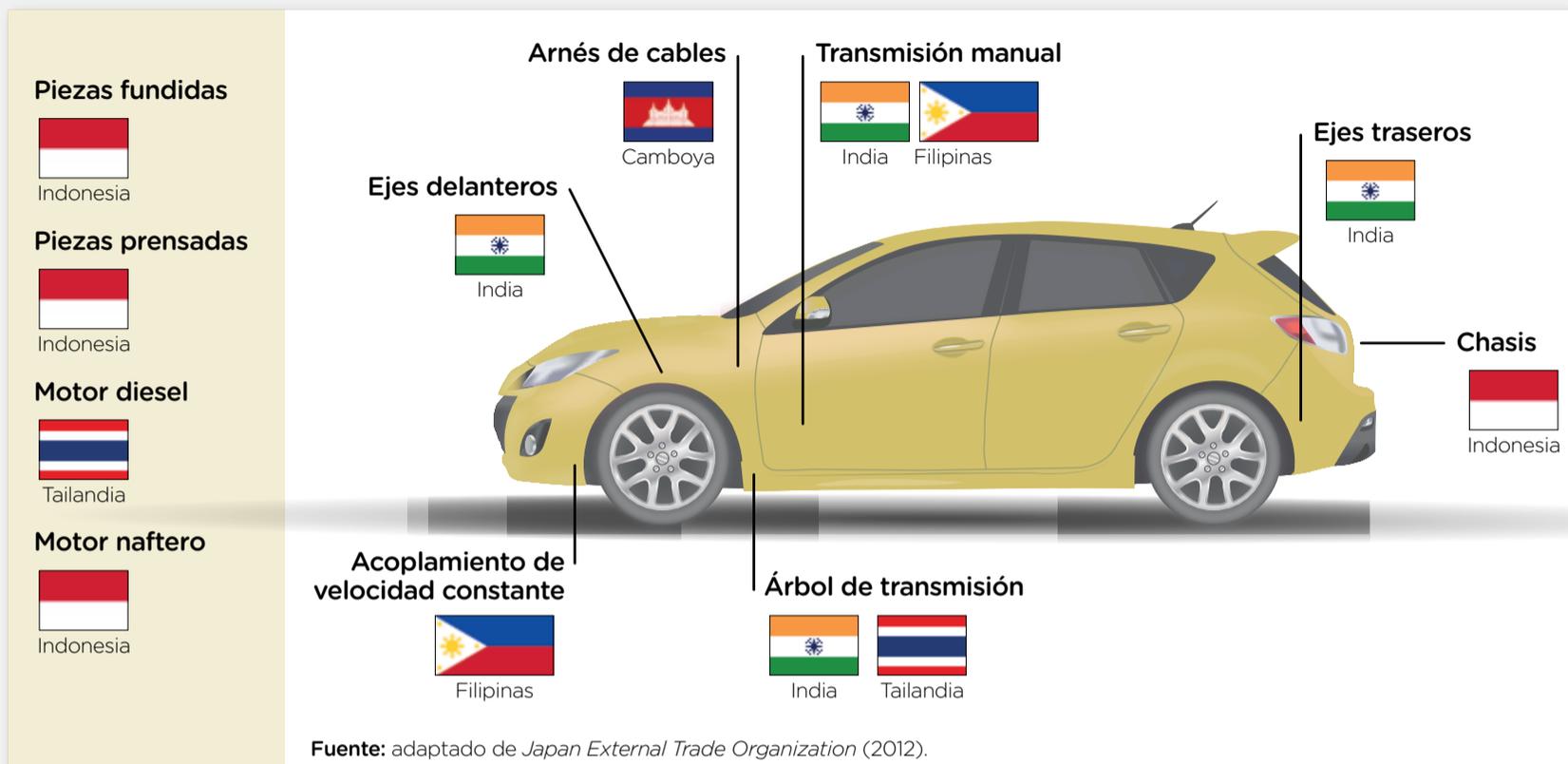
Los obstáculos para la instalación están relacionados con el elevado costo de desarrollar no solo la planta, sino también los procesos y los proveedores especiales para garantizar la misma calidad que en otras plantas del mundo. Ese desafío no es un detalle menor, debido a la necesidad de asegurar el componente local que requieren los países como condición para importar. Por ejemplo: si se importa un vehículo producido en México, pero con componentes (autopartes) desarrollados en EE. UU., no se consigue el objetivo deseado de reducción de impuestos por el convenio Mercosur. Por lo menos el 80% de los componentes deben ser desarrollados en el mismo país de ensamblaje para poder conseguir la ventaja de impuestos.

* *Just in time planning*: estrategia de producción industrial que ajusta los pedidos de materia prima de acuerdo con la demanda de productos. Permite aumentar la eficiencia y disminuir el desperdicio, al recibir insumos solo cuando se requieren para el proceso de producción.

* *Lineup*: indica una línea de productos pertenecientes a una empresa, por ejemplo, los diferentes modelos de vehículos que fabrica una automotriz.

- e. A partir de la entrevista y de la imagen a continuación, respondan:
- ¿Qué puntos en común encuentran entre la fabricación de este automóvil japonés con el proceso de producción descrito en la entrevista?
 - Escriban un párrafo que explique cómo se realiza en la actualidad la producción de un vehículo automotor.

Figura 1: Red de producción de autopartes para la elaboración de un auto japonés



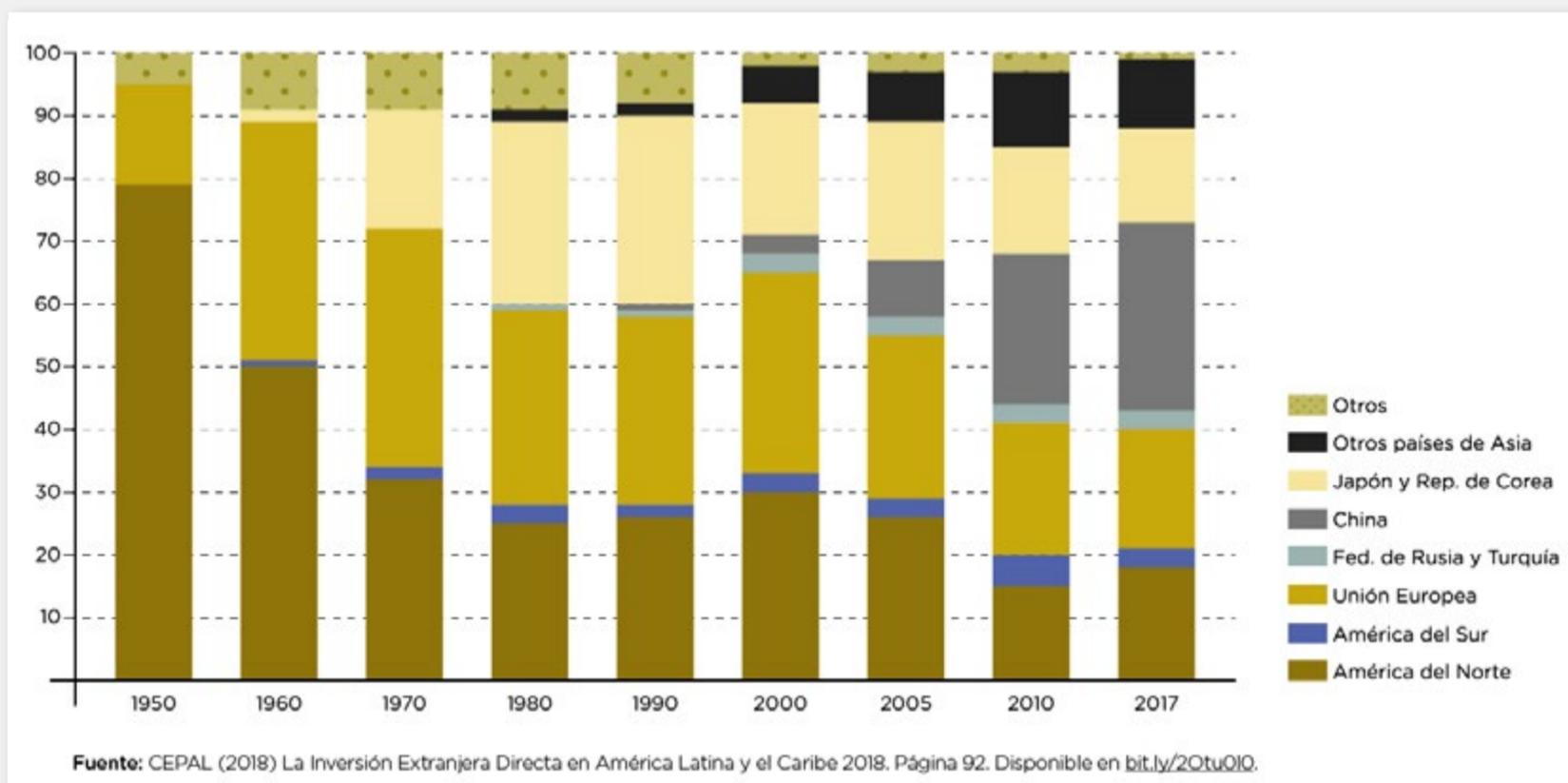
La producción de un auto japonés incluye la utilización de numerosas piezas y componentes que se fabrican en otros países. Los países proveedores de estas autopartes pertenecen, preferentemente, a la misma región, o poseen acuerdos de libre comercio con el país de origen de la firma, dado que con este sistema productivo los movimientos comerciales se multiplican.

Actividad 2 El mercado automotriz en América Latina

Ya investigaron sobre los tipos de autos que circulan en la ciudad de Buenos Aires. En esta actividad se propone analizar cómo fue cambiando la industria automotriz mundial a partir de la segunda mitad del siglo XX y conocer los principales tipos y marcas de vehículos que actualmente se venden en América Latina.

- a. Junto a un/a compañero/a, observen atentamente el gráfico “Producción de vehículos por regiones y países seleccionados, 1950-2017”, prestando atención al período analizado, las referencias y la fuente de la información graficada. Luego, respondan por escrito: ¿Cómo fue cambiando la producción en la industria automotriz durante el período analizado? Indiquen las regiones o los países que fueron perdiendo o ganando participación en la producción.

Gráfico 1: Producción de vehículos, por regiones y países seleccionados (1950 y 2017)¹

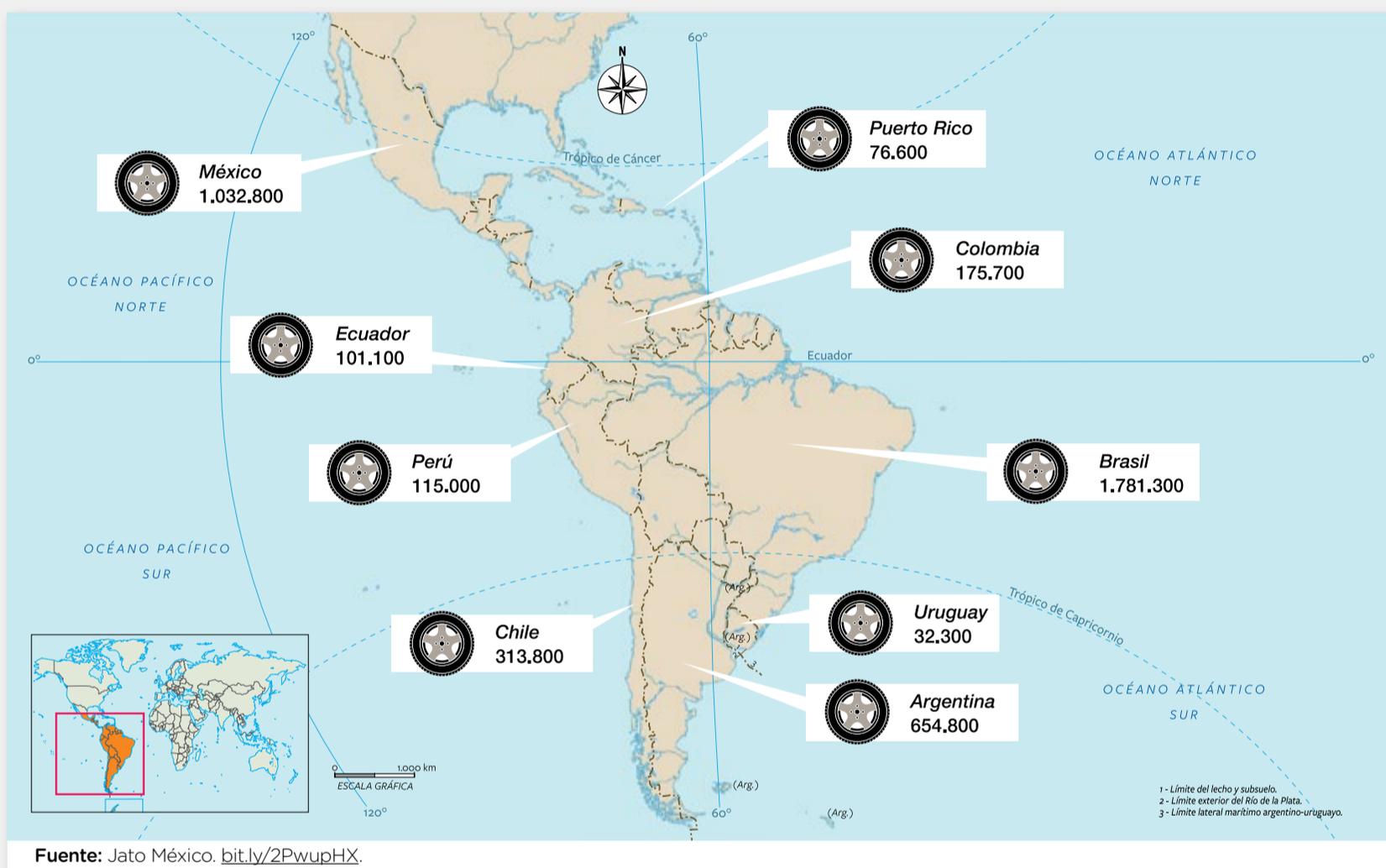


Los países productores mundiales de vehículos automotores fueron cambiando desde mediados del siglo XX hasta la actualidad. Pasaron de una producción concentrada en una o dos regiones predominantes a una mayor participación de regiones o países.

- b. Junto a toda la clase, analicen el mapa 1 y los cuadros 1 y 2, y respondan:
- ¿Cuáles son los tres países con mayores ventas de automotores registradas en 2018? (mapa 1)

- Para los países identificados en el punto anterior, ¿cómo se componen los mercados por tipos de vehículos? (cuadro 1). Si no conocen alguno, busquen en internet su significado. ¿Cuál es el país con mayor proporción de ventas de *pick-ups* y vehículos comerciales?
- De acuerdo con el cuadro 2, ¿cuáles fueron las marcas y los modelos más vendidos en América Latina en 2018? Pueden buscar en internet el origen de algunas marcas que no conozcan.

Mapa 1: Ventas de vehículos por mercados seleccionados de América Latina (2018)



En este mapa temático se muestra la cantidad de autos vendidos en nueve países de América Latina.

Cuadro 1: Ventas de vehículos por segmento, países seleccionados de América Latina (2018)

Ventas 2018 por segmento		Brasil	México	Argentina	Chile	Colombia	Perú	Ecuador	Puerto Rico
Pequeños		55%	42%	50%	30%	48%	32%	40%	18%
Compactos, medianos y grandes		7%	17%	10%	9%	7%	12%	4%	19%
SUV		20%	22%	15%	35%	30%	29%	32%	43%
Pickups		13%	12%	15%	16%	6%	10%	14%	11%
Monovolumen		3%	3%	3%	1%	1%	4%	0%	6%
Vans y comerciales		2%	4%	7%	9%	8%	14%	10%	2%

Fuente: Jato México. bit.ly/2PwupHX.

Las categorías pequeños y compactos, medianos y grandes, corresponden a los automóviles en general. Los monovolumen o *hatchback* también son automóviles, pero con un tipo de carrocería que tiene el compartimiento del motor, de pasajeros y de baúl integrados en una sola unidad, para aprovechar el espacio; el baúl se contabiliza como una puerta más, por eso pueden ser de tres o de cinco puertas. Las *pick-ups* son camionetas con caja para el transporte de carga liviana (cajones, animales chicos, herramientas), y pueden tener o no tracción en las cuatro ruedas (4x4 o todo terreno). Los vehículos utilitarios deportivos (SUV, por sus siglas en inglés) conforman una categoría relativamente reciente, que combina la funcionalidad de un auto con vehículos todo terreno, lo que permite su uso tanto en ciudad como fuera de ella (*off-road*).

Cuadro 2: Principales marcas y modelos de vehículos vendidos en América Latina (2018)

	Marca	Unidades		Modelo*	Unidades
1	CHEVROLET	653,119	1	ONIX	177920
2	VOLKSWAGEN	509,812	2	KA	145679
3	TOYOTA	377,517	3	VERSA	98769
4	NISSAN	375,892	4	HILUX	87978
5	FORD	332,352	5	GOL	87261
6	FIAT	327,347	6	SPARK/BEAT	80262
7	RENAULT	319,577	7	HB20	78764
8	HYUNDAI	258,737	8	PRISMA	77667
9	HONDA	179,559	9	SANDERO	74341
10	KIA	157,410	10	ETIOS	72956
11	JEEP	110,889	11	FRONTIER	68786
12	PEUGEOT	100,870	12	COROLLA	66297
13	MAZDA	77,236	13	ARGO	66129
14	SUZUKI	61,772	14	KICKS	65595
15	MITSUBISHI	49,755	15	KWID	64687
16	CITROEN	46,890	16	POLO	61033
17	MERCEDES	38,068	17	AVEO/SONIC	60423
18	BMW	35,144	18	MARCH	59141
19	AUDI	23,745	19	POLO 4P/VENTO	55730
20	DODGE	22,661	20	HR-V	55447
21	RAM	22,407	21	STRADA	54533
22	CHERY	21,212	22	MOBI	51876
23	SEAT	17,359	23	COMPASS	51325
24	JAC	16,191	24	ECOSPORT	48630
25	GREAT WALL	15,218	25	TORO	48399

Fuente: Jato México. bit.ly/2PwupHX.

* Excluye Uruguay

- c. Comparen la información de la última consigna del punto anterior con el cuadro síntesis y los gráficos elaborados en la [actividad 1](#) (punto **b.**). ¿Qué diferencias encuentran con los datos registrados en el relevamiento? ¿Coinciden las categorías de la infografía con las que utilizaron en el relevamiento? ¿Alguna de las marcas de la infografía no fue observada en la calle o, por el contrario, alguna marca registrada por ustedes no aparece allí?
- d. Entre todos respondan: ¿Qué relación encuentran entre el [gráfico 1](#) y el cuadro 2 en cuanto a la presencia de marcas asiáticas en el mercado automotor regional?

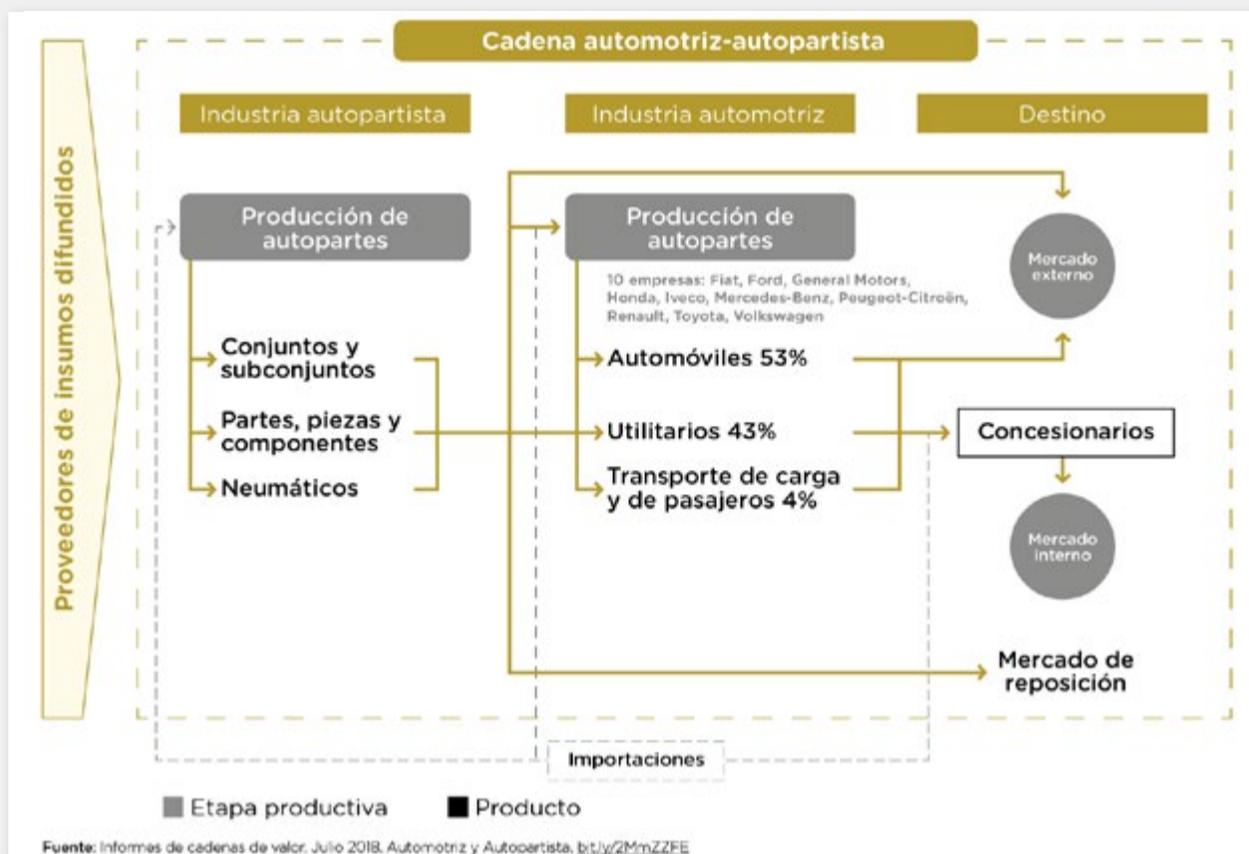
Actividad 3 La Argentina en la cadena automotriz-autopartista

Una empresa automotriz internacional está evaluando si se instala en la Argentina. Para eso necesita conocer previamente cómo se organiza la producción automotriz en el país. Ustedes formarán parte del equipo técnico que realizará el informe solicitado por la empresa. Primero trabajarán con información sobre el sector y, a partir de ella, redactarán el informe. Pueden utilizar un procesador de textos como [OpenOffice Writer](#) o [Documentos de Google](#) (pueden encontrar el [tutorial de OpenOffice Writer](#) y el [tutorial de Documentos de Google](#) en el Campus Virtual de Educación Digital). Es conveniente que creen el documento al comienzo de esta actividad, para registrar progresivamente las respuestas a las preguntas orientadoras. Luego, sobre ese mismo documento, podrán organizar la información y enriquecerla para escribir el informe final.

Primera parte

- a. Junto con un/a compañero/a, observen atentamente el “Esquema de la cadena automotriz-autopartista argentina”. ¿Cuáles son las principales industrias de la cadena? ¿Cuáles son los fabricantes de vehículos automotores con presencia en el país? ¿Qué indican las flechas graficadas con líneas sólidas y las de líneas punteadas? ¿Hacia dónde se dirige la producción automotriz nacional?

Esquema 1: Esquema de la cadena automotriz-autopartista argentina



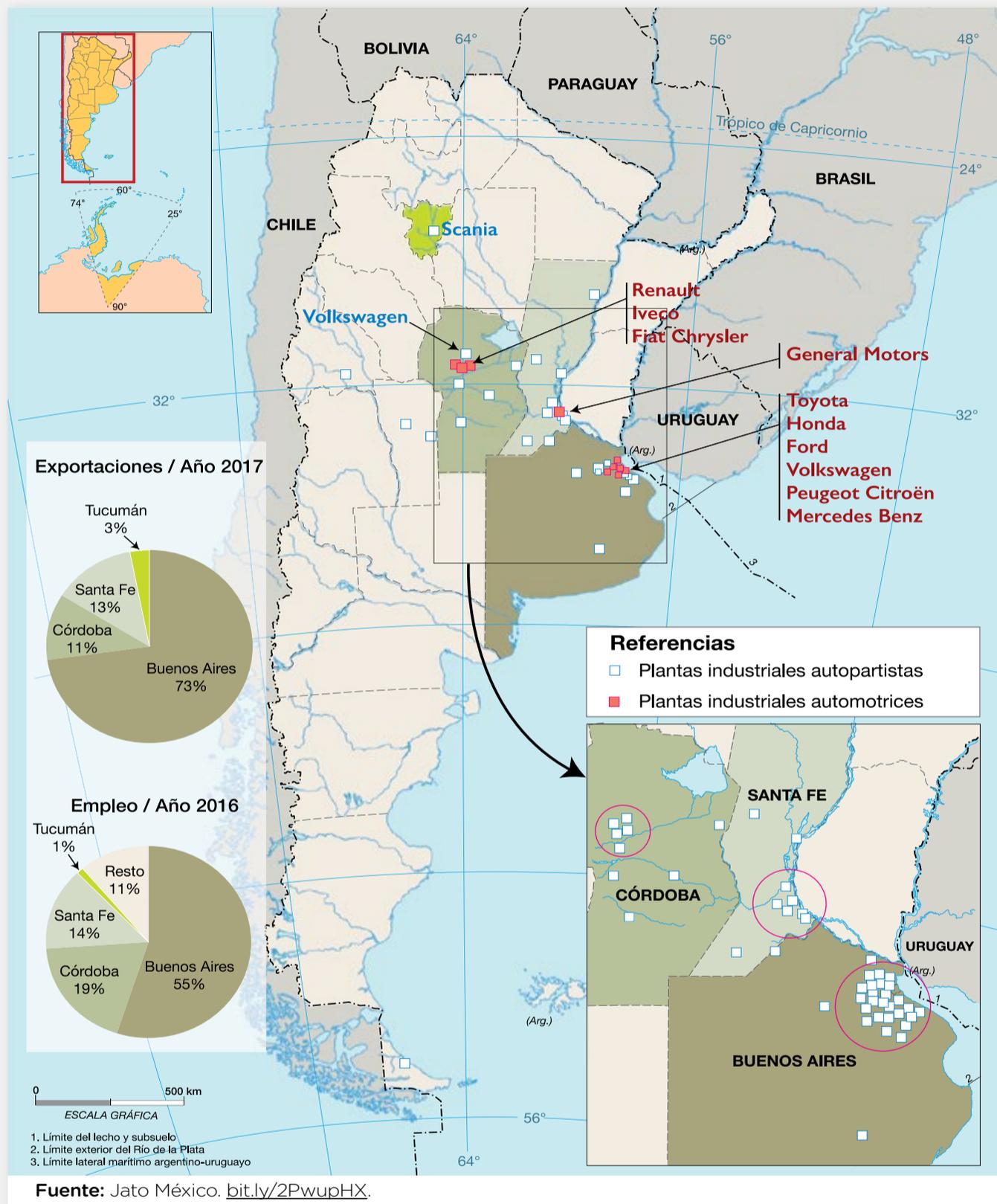
Argentina participa en la cadena automotriz a partir de la producción de vehículos automotores y la producción de autopartes. Estas industrias producen para el mercado externo y el mercado interno, pero también se nutren de productos importados, elaborados en otros países.

Los *insumos difundidos* son aquellos insumos claves para las cadenas de valor, dado que son materias primas básicas (como el acero, el cemento o el aluminio) con las que se fabrican gran parte de los bienes consumidos por la población. Los precios de los insumos difundidos definen, en gran medida, los precios de los productos finales.

b. Ahora observen atentamente el mapa, “Localización geográfica de la producción, empleo y exportaciones de vehículos automotores y de autopartes”, y respondan por escrito:

- ¿En qué provincias se localiza la producción de la cadena automotriz y autopartista de la Argentina? ¿Qué indican los colores de las provincias y cuál es el significado de los íconos utilizados para ubicar las industrias?
- ¿Dónde se producen automóviles y vehículos comerciales livianos y a qué empresas corresponden estas plantas? ¿Qué empresas no figuran en el esquema del punto a.? ¿En qué parte del esquema las ubicarían?
- ¿Dónde se ubican las plantas en las que se elaboran vehículos comerciales pesados o para el transporte de carga y de pasajeros?
- De acuerdo con la información que brindan los gráficos de sectores, ¿cuáles son las provincias que mayor participación presentan en las exportaciones y en el empleo generado en el sector automotriz?

Mapa 2: Localización geográfica de la producción, empleo y exportaciones de vehículos automotores y autopartes



La Argentina es el 23.^{er} productor de automotores y el 27.^o exportador de vehículos y el 18.^{er} exportador de autopartes del mundo. La producción de la cadena se localiza en cuatro provincias, donde funcionan empresas subsidiarias de las grandes automotrices mundiales.

Una empresa multinacional tiene un país de origen, pero realiza actividades en diferentes países del mundo. Estas actividades pueden desarrollarse mediante la instalación de filiales controladas directamente por la empresa matriz, o mediante subsidiarias, controladas por intermedio de terceros.

- Luego de observar el gráfico 2, “Exportaciones e importaciones de automotores y autopartes en Argentina, 2017”, y el gráfico 3, “Exportaciones de la industria autopartista por principales categorías, en Argentina, 2017”, respondan: ¿Cuál fue el tipo de vehículo con mayor participación en las exportaciones de automóviles? ¿Cuáles fueron las autopartes más exportadas?

Gráfico 2: Exportaciones e importaciones de automotores y autopartes en Argentina, 2017 (datos expresados en millones de dólares)

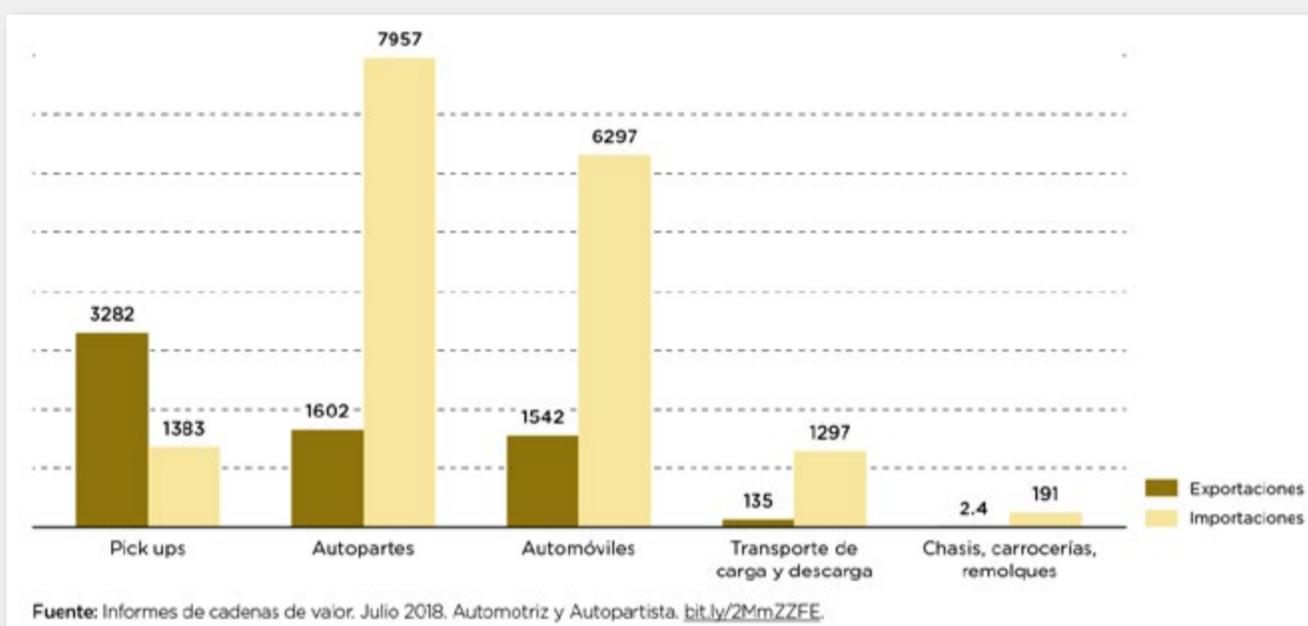


Gráfico 3: Exportaciones de la industria autopartista por principales categorías, en Argentina, 2017 (datos expresados en millones de dólares)



Argentina se destaca como exportador de *pick-ups*, única categoría del sector con balanza superavitaria. Entre las autopartes, los sistemas de transmisión y el motor y sus partes son las categorías con mayores ventas en el exterior, aunque, en conjunto, este mercado es deficitario.

El superávit es el saldo de comercio exterior positivo, que se obtiene de realizar mayor cantidad de exportaciones que de importaciones. Cuando ocurre lo contrario, se habla de un saldo comercial deficitario.

Segunda parte

Llegó la hora de realizar el informe. Trabajarán manteniendo los grupos de la primera parte y escribirán una primera versión; luego, otra pareja la leerá y la revisará, y finalmente, corregirán el texto para llegar a la versión final.

- c. Primera versión: con toda la información trabajada hasta aquí, están en condiciones de caracterizar los principales aspectos de la producción automotriz en Argentina. El informe deberá tener una extensión máxima de dos carillas, y deberán incluir información que permita responder las siguientes preguntas:
- ¿Cuáles son las empresas automotrices en actividad en la Argentina?
 - ¿Cuál es el origen de estas empresas?
 - ¿Qué tipo de productos elaboran?
 - ¿En qué provincias se localizan?
 - ¿Qué participación tienen en el empleo y en las exportaciones?
 - ¿Qué oportunidades brinda el mercado de América Latina para que se instale la empresa?
 - ¿Qué tipos de vehículos son los más vendidos en la Argentina?

Los insumos para elaborar el informe son:

- Los textos con las respuestas a las preguntas de la primera parte de esta actividad, que podrán retomar, reorganizar y enriquecer.
- La entrevista realizada al gerente de ventas de una empresa automotriz en la Argentina. ¿Qué información incluida en la entrevista puede resultar de interés para la empresa que los contrata?
- La información sobre los vehículos más vendidos en el país y las preferencias de los consumidores argentinos, a partir de la lectura de los siguientes artículos periodísticos:
 - [“Sigue boom de SUV y pick-up: crecen en participación en 2019”](#), en *ambito.com*, 3 de abril de 2019.
 - [“¿Qué automóviles prefieren los argentinos?”](#), en *ambito.com*, 24 de junio de 2019.

- d. Revisión de los informes: intercambien su primera versión del informe con otro grupo. Lean el informe de sus compañeros/as y realicen comentarios que les permitan mejorar su contenido.

- e. Escritura del informe final: lean los comentarios que les dejaron los/las compañeros/as, discútanlos y hagan los ajustes que crean necesarios en el texto para llegar a una versión final.

Actividad 4 ¿Cómo mejorar la participación en la cadena automotriz?

A lo largo de la secuencia, fueron conociendo cómo se organiza la producción de automotores en la actualidad y cómo participan los países de Latinoamérica en esta cadena productiva mundial. Esta actividad integradora les propone comparar los casos de México y de la Argentina, y reflexionar sobre la participación de la región en la cadena global automotriz, así como sobre las posibilidades para mejorar dicha inserción.

- a. En parejas, lean el siguiente texto:

México en la cadena automotriz y autopartista mundial

México fue uno de los destinos prioritarios del proceso de reorganización de la producción en la industria automotriz. En la actualidad, es el séptimo productor y el cuarto exportador de vehículos, y el quinto exportador de partes y piezas para automóviles del mundo. Nueve fabricantes mundiales de vehículos tienen operaciones productivas en México —Fiat Chrysler Automobiles (FCA), Ford Motor Company, General Motors, Honda, Kia Motors, Mazda, Nissan, Toyota y Volkswagen—, a los que se sumarán otros antes del final de la presente década (BMW y Mercedes-Benz). La industria de vehículos ligeros cuenta con un total de 20 complejos manufactureros en 14 estados, especialmente en la zona norte, como una prolongación natural de la industria de los Estados Unidos. A la vez, existen unas 2.600 plantas productoras de diferentes partes, piezas, componentes y sistemas, proveedoras de la industria automotriz. En su gran mayoría son filiales de empresas extranjeras, y solo el 35% corresponde a empresas mexicanas. Una parte importante de las empresas de piezas para automóviles atiende a los fabricantes de vehículos con operaciones en México. Sin embargo, la proporción más importante de esas empresas produce en México para exportar directamente a los Estados Unidos, donde se concentra cerca del 64% de la producción de vehículos de América del Norte.

En este contexto, las operaciones locales han sido intensivas en importaciones y mano de obra. Esto implica que, a diferencia de lo que sucede en los países avanzados y en algunas economías emergentes, como China y la India, en México se producen piezas

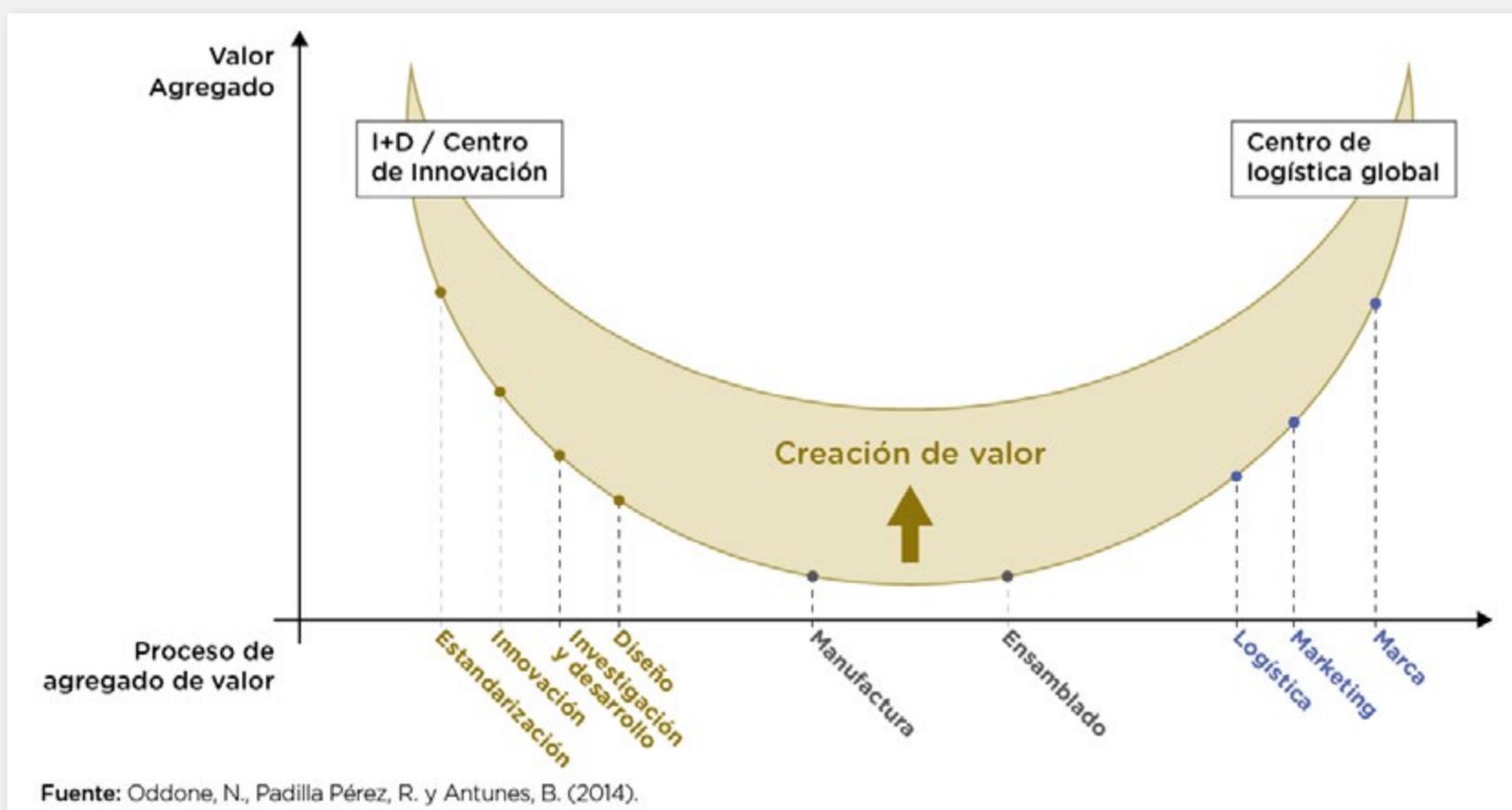
y componentes de menos valor agregado. En efecto, en México todos los fabricantes de vehículos y la inmensa mayoría de los proveedores de primer nivel son extranjeros, y ellos aportan las etapas de I+D, innovación, marketing y branding*.

* *Branding*: del inglés *brand* (marca), se llama así al proceso de hacer y construir una marca.

Fragmento adaptado de [“El sector automotor: catalizador e impulsor de grandes cambios tecnológicos y productivos”](#) (CEPAL, 2018: 92).

- b. A partir de la lectura del texto, junto con el/la compañero/a, busquen elementos que asemejen o diferencien la producción automotriz de México y de la Argentina. Algunos aspectos por comparar pueden ser la cantidad de empresas, los bienes que producen, el puesto que ocupan como productores y exportadores, los principales socios comerciales. Vuelquen lo analizado en un cuadro comparativo.
- c. Observen atentamente el esquema “La sonrisa del valor agregado” y respondan:
- ¿En qué etapas de la cadena de valor automotriz participan la Argentina y México?
 - ¿Qué nivel de valor agregado producen esas etapas? ¿Bajo, medio o alto?
 - Si los países de América Latina tuvieran participación en las etapas de mayor valor agregado ¿qué consecuencias creen que tendría en el empleo generado y en el valor obtenido por las exportaciones?

Esquema: “La sonrisa del valor agregado”



Para tener en cuenta



Una cadena de valor incluye todas las actividades y actores necesarios para llevar un producto o un servicio desde su concepción, a través de las fases intermedias de producción, hasta el consumidor final, incluyendo la eliminación final después de su uso. Cada etapa va agregando valor al producto a lo largo del proceso; sin embargo, algunas agregan más valor que otras, porque requieren mayor tecnología o involucran procesos de innovación.

Para seguir leyendo

Alonso, H. (2019, 3 de abril). [Sigue boom de SUV y pick-up: crecen en participación en 2019](#). *Ámbito.com*.

Alonso, H. (2019, 24 de junio). [¿Qué automóviles prefieren los argentinos?](#) *Ámbito.com*.

Paullier, J. (2015, 21 de mayo). [Cómo México se convirtió en objeto de deseo de la industria mundial del automóvil](#). *BBC Mundo*.

Notas

- ¹ La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, es un organismo dependiente de la ONU integrado por 33 países de la región. Si bien el gráfico seleccionado fue elaborado por CEPAL, la fuente de información de donde tomaron los datos fue la Organización Internacional de Constructores de Automóviles (OICA). Esta organización maneja una regionalización diferente, que considera América del Sur y América del Norte, e incluye a México en la segunda categoría.



Vamos Buenos Aires