ACAU
Asociación del Comercio Automotor del Uruguay

ANUARIO 2018

CONTENIDO

EDITORIAL 4

MARCAS 8

CICLO DE ENTREVISTAS ACAU 10

ACAU EN LA ERA DIGITAL 13

INFORME ESPECIAL: LA INDUSTRIA EN LA REGIÓN 16

CAPACITACIÓN EXCLUSIVA PARA NUESTROS SOCIOS 29

ESTADÍSTICAS: VENTAS MERCADO URUGUAYO 2018 33

SE FUE UN GRANDE 36

Este Anuario se realizó bajo la dirección de un grupo de trabajo designado por la Comisión Directiva de ACAU.

Asociación del Comercio Automotor del Uruguay.
Rincón 454, Of. 319/321. CP 11000. Montevideo, Uruguay.
Tel./Fax: +598 2916 4440 - www.acau.com.uy

ACAU
Asociación del Comercio Automotor del Uruguay

EDITORIAL

A2018

Editorial

¿HACIA DÓNDE VAMOS?

¿Qué está sucediendo en nuestro sector automotor? Buena pregunta para abordarla desde distintos puntos de vista, observando con lupa lo que sucede en Uruguay y oteando con prismáticos lo que sucede fuera. El año que culminó mostró un mercado total de aproximadamente 45.000 vehículos comercializados, lo que indica una caída en el entorno del 24% respecto al año anterior. Si bien esto es de por sí preocupante, ya que implica retomar el proceso de baja de ventas que se había detenido momentáneamente en 2017, al poner la lupa y mirar en detalle la situación nos encontramos con un panorama sobre el cual hay que tomar nota y llamar a la reflexión de todos. Esto comprendiendo no solamente a los empresarios, sino especialmente al consumidor y a las autoridades nacionales y departamentales. **¿Cómo se revierte esta tendencia?** El escenario es complicado si tomamos en cuenta que en este 2018 que terminó, lejos de ir hacia un progresivo alivio de la carga tributaria que pesa sobre los vehículos – como ACAU lo ha solicitado insistentemente – comenzamos en enero con una suba de uno de los tantos tributos vigentes: La Tasa Consular. La cual se incrementó en un 150% de su valor, pasando de un 2% a un 5%. Esto profundizó aún más ese poco honroso primer puesto que ostentamos en el costo de los vehículos del continente. De los más caros del mundo. **¿Se puede seguir así? ¿Se tiene conciencia de cuánto incide esto en la economía nacional?** Porque yendo a la interna de cualquier sector, es claro que con esta impronta no es posible escapar de un entorno en el que las subas de tarifas, tasas, impuestos y costos laborales conforman una carga cada vez más pesada, que conspira contra la creación de puestos de trabajo calificados, el desarrollo de la infraestructura, la inversión operativa y la competitividad. Mirando más allá del horizonte y sin ponernos límites, se alcanza a ver que se avecinan tiempos de cambios. Época bisagra que nos toca vivir especialmente en el sector automotor y que será vista en el futuro como una gran revolución. Estamos experimentando la transición hacia la movilidad eléctrica. Algo sobre lo que ya nos referimos en nuestro anterior Anuario. Esta transición no se debe entender como un simple cambio de motorizaciones, sino que con ella vienen aparejados cambios culturales, de costumbres y de desplazamiento muy diferentes a los que hoy estamos acostumbrados. Los

Gustavo Quartino, Presidente
(Autolider Uruguay S.A.)

Miguel del Castillo, Vicepresidente
(Sevel Uruguay S.A.)

mismos llegarán a Uruguay impulsados por factores tecnológicos, medioambientales y socio-económicos de urbanización, digitalización, restricción de emisiones y cambios en las preferencias del consumidor, pasando progresivamente de la usual posesión particular de un vehículo, hacia un esquema de servicios a demanda. A lo cual luego se sumará también la conducción autónoma. Llevará su tiempo, pero seguro sucederá. **¿De dónde vendrán estos cambios?** China es el mercado más grande en movilidad eléctrica en el mundo y lo sigue EE.UU, con una evolución exponencial tanto de los automóviles de pasajeros, como también de los sistemas y flotas de carga. Noruega por su parte, es el país con mayor penetración de autos eléctricos del mundo por habitante. **¿Qué hicieron estos países para que la movilidad eléctrica sea una realidad entre ellos?**

Época bisagra que nos toca vivir especialmente en el sector automotor y que será vista en el futuro como una gran revolución. Estamos experimentando la transición hacia la movilidad eléctrica. Esta transición no se debe entender como un simple cambio de motorizaciones, sino que con ella vienen aparejados cambios culturales, de costumbres y de desplazamiento muy diferentes a los que hoy estamos acostumbrados.

En todos vimos una decisión firme de parte de los gobiernos, en fomentar e incentivar la penetración de esos productos, invirtiendo en infraestructura de forma tal que el país y sus ciudades estuvieran prontas para recibirlos. Pero también vimos cómo racionalizaron todos los costos que posibilitaron el acceso a las nuevas unidades. Entendemos que en el futuro cercano no será esperable que el capital privado invierta en mercados donde aún no haya un parque eléctrico sustentable. Por ello le compete al gobierno dar las condiciones necesarias para que esto suceda cuanto antes. Y no negamos que Uruguay haya comenzado a dar pasos en ese sentido. Para empezar — y vaya si es importante — nuestro país se encuentra pronto para suministrar electricidad a un parque automotor que si mañana nos despertásemos y fuese enteramente eléctrico, estaría en condiciones de abastecerlo. También se han creado

Fernando Arrieta, Secretario
(Darkinel S.A.)

Ignacio Inciarte, Prosecretario
(Hyundai Fidocar)

Editorial

incentivos y hay políticas puntuales con beneficios impositivos, subsidios para la compra, beneficios a empresas, proyectos de inversión, patentes de rodados exoneradas, arancel externo a tasa 0% y otros impulsos que indudablemente reflejan el ánimo de caminar en ese sentido. Pero a nuestro modo de ver y si bien valoramos mucho todos estos estímulos, entendemos que aún no se ha logrado iniciar con firmeza el tránsito hacia el gran objetivo. Hoy Uruguay cuenta con tan solo unos 200 vehículos eléctricos circulando. La gran mayoría de ellos compuestos por la flota de la propia UTE y la de taxis. Hay que invertir mucho más en el diseño del sistema de carga, en la estrategia de distribución de la misma, en la infraestructura y en asegurar las grillas a largo plazo, facilitando de esa manera la penetración de unidades de última generación. Y hay que establecer metas progresivas. Como por ejemplo lo está haciendo Chile comprometiéndose a tener un 25% del transporte público electrificado para el 2025 o India con el 30% para el 2030 y 100% de los ómnibus para ese mismo plazo. Una nueva realidad se viene y no solo no hay que negarla, sino que debemos acompañarla y estimularla. Desde ACAU ya estamos trabajando, atentos y dispuestos para colaborar en la tarea.

Nuestro país se encuentra pronto para suministrar electricidad a un parque automotor que si mañana nos despertásemos y fuese enteramente eléctrico, estaría en condiciones de abastecerlo.

Johnny Lindner, Consejero
(Julio César Lestido S.A.)

Nicolás Papariello, Tesorero
(Automotores y Servicios S.A.)

Benjamin Butler, Consejero
(General Motors)

MARCAS

A2018

MARCAS

Audi
CHANA
CHANGHE
CHRYSLER
DFSK
FAW
FIAT
Ford
FOTON
FREIGHTLINER
FUSO
GEELY
Great Wall
Haima
HAVAL
No.1 SUV brand in China
HONDA
HYUNDAI
IVECO
JAC
MOTORS
JAGUAR
Jeep
JMC
KIA
LAND ROVER
LEXUS
MAN
mazda
MITSUBISHI
MOTORS
MINI
NISSAN
RAM
RENAULT
SCANIA
SSANGYONG
SUBARU
SUZUKI
TATA
TOYOTA
VOLVO
ZOTYE

CICLO DE ENTREVISTAS ACAU 2018

A2018

CICLO DE ENTREVISTAS ACAU 2018

Durante julio y septiembre de 2018 realizamos un ciclo de entrevistas con distintos referentes de cada partido político y algunas autoridades del gobierno vinculadas a nuestro sector. **Desde hace un tiempo, nuestra Asociación busca generar estos espacios en búsqueda de mejorar las condiciones del parque automotor, planteando algunas inquietudes de los socios debatiendo acerca de algunas propuestas de ACAU como el plan de renovación de flotas.** Las entrevistas pueden verse completas en nuestro nuevo canal de Youtube ACAU Noticias, así como en nuestras redes sociales.

Carolina Cosse,
Ministra de Industria
en 2018.

Daniel Martínez,
Intendente de Montevideo
en 2018.

Julio María Sanguinetti,
pre-candidato
Partido Colorado.

Luis Lacalle Pou,
pre-candidato
Partido Nacional.

Pablo Mieres,
pre-candidato
Partido Independiente.

Felipe Martín,
Director Nacional
de Transporte.

CICLO DE ENTREVISTAS ACAU 2018

La temática también dejó espacio para tocar puntos de interés nacional, como la economía, la salud y la educación, ya que muchos de ellos son los actuales pre-candidatos, como el caso de: Daniel Martínez y Carolina Cosse (FA), Luis Lacalle Pou, Jorge Larrañaga y Verónica Alonso (PN), Julio María Sanguinetti y José Amorín (PC), Pablo Mieres (PI), así como también jerarcas como Felipe Martín (Director Nacional de Transporte), Pablo Inthamoussu (Director de Movilidad de Montevideo) y Pedro Bordaberry (PC).

Jorge Larrañaga,
pre-candidato
Partido Nacional.

Verónica Alonso,
pre-candidata
Partido Nacional.

José Amorín,
pre-candidato
Partido Colorado.

Ignacio Paz,
Gerente de ACAU.

Pablo Inthamoussu,
Director de Movilidad
de Montevideo.

Pedro Bordaberry,
Senador Partido Colorado.

ACAU EN LA ERA DIGITAL

A2018

ACAU EN LA ERA DIGITAL

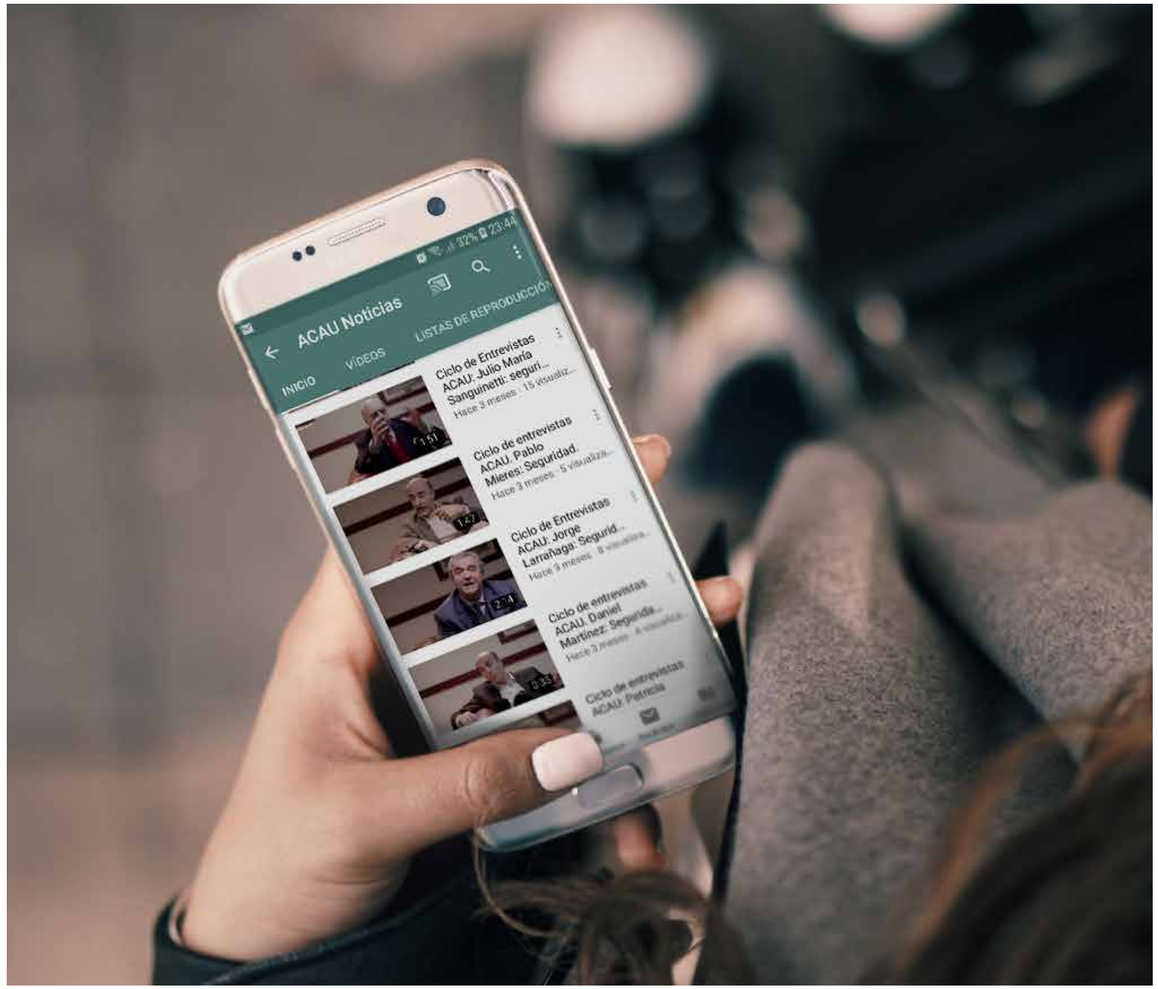
El 2018 fue el año en el que comenzamos a tener una presencia fuerte en el mundo digital. Primero actualizamos nuestra web institucional, con una nueva estética y una navegabilidad mucho más ágil.

Por otra parte, comenzamos a utilizar nuestra cuenta de Twitter: NoticiasAcau como el canal oficial de la Asociación, llegando a periodistas, formadores de opinión, y personas interesadas en nuestro sector.

A su vez, inauguramos nuestro canal de Youtube: NoticiasAcau, donde publicamos todas las entrevistas que le realizamos a los pre-candidatos y referentes del sector, logrando muchos impactos y reproducciones, tanto en Youtube, como en las redes sociales.

Y finalmente, arrancamos este 2019 con nuestra fanpage en Facebook, donde intentaremos captar a un público un poco más amplio, llevándole información acerca de las propuestas y avances que desde ACAU se impulsan, con el fin de lograr un parque automotor más seguro y eficiente para todos los uruguayos.

ACAU EN LA ERA DIGITAL



INFORME ESPECIAL: LA INDUSTRIA EN LA REGIÓN

A2018

ARGENTINA

Del otro lado, el río está revuelto.

Entrevistamos a Fernando Rodríguez Canedo, director ejecutivo de ADEFA (Asociación de Fábricas de Automotores), quién nos describió lo cambiante que fue el 2018 en Argentina, y que si bien a su entender el año electoral no va a influir en las ventas, el 2019 plantea un escenario similar.

¿Cómo evaluaría lo que fue el año 2018 en su país, tanto en producción como en venta de vehículos?

El 2018 fue un año muy desafiante para nuestra industria porque mostró una dinámica muy contrapuesta a lo largo del mismo. Claramente, lo podemos dividir en dos períodos. La primera parte se registró un crecimiento de la actividad muy marcado, lo que nos permitió alcanzar ventas récords a niveles históricos y estimar que se podía superar el millón de unidades en ventas y llegar a destacados volúmenes de producción. A partir de mayo, como consecuencia de las turbulencias financieras en la economía argentina, la actividad comenzó a registrar una marcada caída que se acentuó en el segundo semestre. Esa desaceleración se dio en todas las variables, principalmente en ventas. La devaluación del peso y el aumento de las tasas de interés tuvieron fuerte incidencia en la contracción de la actividad comercial. Mientras que la producción bajó un poco, las exportaciones, tal vez la variable más relevante de la fórmula para medir el éxito de la industria automotriz local, empezaron a crecer después de varios años de estancamiento de la economía brasileña, nuestro principal mercado. Asimismo, se fue ganando presencia en diversos destinos de Latinoamérica. No obstante, producto de la implementación de las retenciones a las exportaciones y la reducción de los reintegros a los envíos nivel Mercosur, el pilar exportador comenzó a verse afectado. Impacto que se acentuó en el inicio de 2019.

Claramente, lo podemos dividir en dos períodos. La primera parte se registró un crecimiento de la actividad muy marcado, lo que nos permitió alcanzar ventas récords a niveles históricos y estimar que se podía superar el millón de unidades en ventas y llegar a destacados volúmenes de producción.

A su entender, ¿Qué tendría que cambiar en el 2019 para mejorar lo que pasó el año pasado?

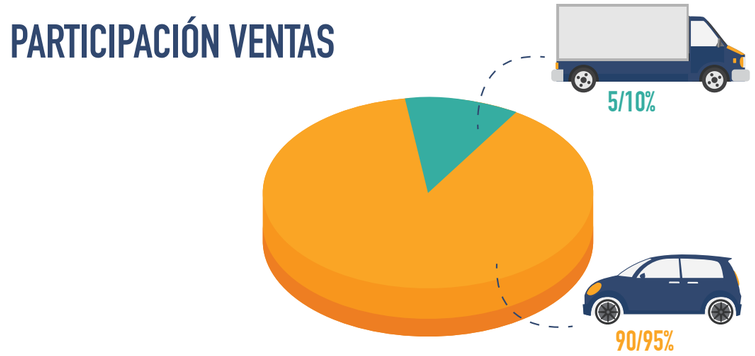
Para 2019, las expectativas también podrían dividirse en dos etapas. El primer semestre no arrojará un escenario muy diferente al que concluyó en 2018.

Es decir, no estimamos resultados positivos para la actividad, dado que la base comparativa con el inicio de 2018 es muy alta. La proyección anual ubica al mercado en unas 500 mil unidades en el primer semestre. Si la situación mejora, a partir del segundo trimestre, producto de la mejora de la demanda por parte de Brasil y otros mercados, podríamos llegar a las 600 / 650 mil unidades de mercado. Si bien se aguarda una mejora del comportamiento de las principales variables hacia el segundo semestre, somos cautelosos.

¿Cómo imagina el 2019, siendo que es un año electoral?

El comportamiento de la actividad comercial e industrial de sector automotor se analiza independientemente del calendario electoral. Años atrás posiblemente haya sido una variable a tener en cuenta, pero eso ha cambiado.

¿Cree que haya algún segmento, camiones, ómnibus o algún otro que pueda escapar al contexto general por algún tema coyuntural?



No vemos diferencias. El comportamiento y participación en el mercado doméstico de los diferentes segmentos se viene manteniendo estable. Aproximadamente un 90 – 95% de las ventas corresponden a vehículos de pasajeros y utilitarios livianos, un 5 –10% a utilitarios pesados / camiones y eso ha venido manteniéndose sin mayores alteraciones.

En Uruguay estamos hablando mucho de movilidad eléctrica, debido al cambio de matriz que se hizo en el país y lo bueno que es para recibir vehículos eléctricos. En Argentina, ¿cómo están en esa materia?

Hace casi 10 años que en la Argentina se viene trabajando en la mejora de acceso de las nuevas tecnologías. Inicialmente, la tecnología híbrida fue la primera en concretar su desembarco y desde 2018 se dio el desembarco de los eléctricos. Por extensión territorial e infraestructura, el

desarrollo de la movilidad eléctrica estimamos que se centrara en los grandes centros urbanos. Pero aún se encuentra en una etapa incipiente. Desde ADEFA siempre trabajamos para que se den las condiciones para que lleguen las nuevas tecnologías y en ello seguimos enfocados.

¿Qué medidas se deberían tomar para fomentar la llegada de vehículos eléctricos a su país, teniendo en cuenta el cambio que ya se inició en el primer mundo?

El desembarco, fomento y desarrollo de nuevas tecnologías dependen de un trabajo conjunto entre el sector público y privado. Cualquier apuesta debe estar respaldada, para un desarrollo sustentable, de infraestructura y un marco normativo consolidado. En el caso de Argentina por su extensión, como se mencionó, posiblemente no se piense sólo en lo eléctrico, sino en alternativas combinadas.

En materia impositiva, un auto importado que llega a Argentina en USD 10.000 (valor CIF), ¿a qué precio se comercializa al público?

Por temas de compliance, en ADEFA no se tratan temas de precios. Sí se pueden mencionar los impuestos que se deben abonar para nacionalizar un vehículo. Al valor CIF de importación no paga arancel si proviene de Mercosur-México, y si se suma 35% si se trata de un modelo extrazona; a ello hay que agregar 21% de IVA, margen concesionario y, en caso de superar $1.400.000 antes de impuestos, se le suma un extra de 20% en concepto de impuesto interno.

¿Cuáles creen que son los desafíos del mercado automotor regional, en los próximos 5 años?

La industria automotriz, es una industria global y altamente competitiva. El desafío de hoy y del futuro es justamente poder contar con un sector automotor competitivo, capaz de permanecer en el radar de las nuevas asignaciones. Más aun, cuando se encuentra en el umbral de uno de los procesos más disruptivos de su historia. Por ello, desde ADEFA hemos venido trabajando para contar con las herramientas necesarias para enfrentar ambos escenarios. Por un lado, hemos desarrollado en conjunto con la cadena de valor un plan de trabajo en diversas mesas para mejorar la competitividad de la industria. El camino es arduo, pero en eso estamos sumergidos. Por otro lado, realizamos un estudio de cara a 2030 que nos permite contar con un norte para saber dónde podremos ubicarnos como competidor frente al desarrollo de las nuevas tecnologías de la movilidad.

¿Qué porcentaje de la producción que generan en el país, estiman colocar en el Uruguay en el 2019?

Aún es prematuro dar por cierto cómo será el omportamiento general y final del mercado. No obstante, entendemos que se puede mantener estable la demanda. Uruguay representa un 1,2 / 1,3 promedio de nuestros envíos al exterior.

BRASIL | El gigante no está dormido.

Entrevistamos a Antonio Megale, presidente de Anfavea (Asociación Nacional de Fabricantes de Vehículos Automóviles) en Brasil, para tener una visión de las expectativas que proyectan en el gigante de la región y uno de los grandes provedores de vehículos en nuestro país.

¿Cómo evaluaría lo que fue el año 2018 en su país, tanto en producción como en venta de vehículos?

El resultado de la industria automovilística brasileña el año pasado mostró que 2018 consolidó la reanudación iniciada en 2017. El mercado interno tuvo fuerte reacción, lo que muestra que parte de la demanda reprimida fue bien atendida. Vendemos 2,56 millones de unidades, lo que impactó en un aumento de 14,6% cuando comparamos con el resultado del año anterior con 2,23 millones de unidades. El único indicador negativo fue el volumen de exportaciones, que registró 629,2 mil unidades y cayó 17,9% en relación a las 766 mil unidades de 2017, debido a la fuerte retracción del mercado argentino, nuestro principal socio comercial. El balance de la producción también fue positivo con 2,88 millones de unidades, lo que representa un crecimiento de 6,7% en el comparativo con las 2,69 millones del año anterior.

A su entender, ¿Qué tendría que cambiar en el 2019 para mejorar lo que pasó el año pasado?

Lo que necesitamos en Brasil para 2019 es que el nuevo gobierno pueda aprobar reformas importantes para aumentar la confianza del consumidor y del inversor en la economía. Necesitamos que la reforma de previsión sea finalizada y que sean adoptadas medidas que estimulen el crecimiento de la industria y de la economía.

¿Cómo imagina el 2019, luego del triunfo de Bolsonaro?

Somos optimistas con el nuevo año. Nuestra expectativa de ventas es crecer un 11,4% en 2019. Las exportaciones de nuevos vehículos caerán en el orden de un 6,2%, pero la producción

subirá un 9%. La coyuntura macroeconómica con el nuevo gobierno indica hechos positivos, como el aumento del PBI, la inflación disminuyendo y la caída del dólar. En suma de todos estos factores al optimismo con las reformas económicas propuestas por el equipo de Bolsonaro, creemos en una reacción secuencial, que pasa por la retoma de la confianza tanto del consumidor y del inversor.

¿Cree que haya algún segmento, camiones, ómnibus o algún otro que pueda escapar al contexto general por algún tema coyuntural?

Nosotros creemos que el mercado de vehículos pesados, o sea camiones y ómnibus, y o de máquinas agrícolas y de movimiento de tierras van a continuar sorprendiéndonos positivamente en 2019.

En Uruguay estamos hablando mucho de movilidad eléctrica, debido al cambio de matriz que se hizo en el país, y lo bueno que es para recibir vehículos eléctricos. En Brasil, ¿cómo están en esa materia?

La industria automotriz pasa por un momento de grandes transformaciones en todo el mundo y camina para la era de movilidad eléctrica y para el compartimiento de vehículos. En Brasil vemos un avance en la cuestión eléctrica: ya vendemos 11,3 mil vehículos eléctricos e híbridos en el mercado brasileño desde el 2006, cuando vendimos el primer modelo de este tipo. Pero, aún tenemos una participación pequeña en las ventas totales. Debemos recordar que la matriz energética del país es variada y tenemos la mejor solución: el vehículo flex. Por supuesto no podemos quedarnos fuera de esta transformación en la movilidad, pero debemos atender a las peculiaridades del mercado brasileño y dar soluciones adecuadas para cada país.

¿Es posible imaginar que comiencen a producir autos eléctricos?

El número de vehículos eléctricos e híbridos vendidos en el mercado brasileiro aún es muy pequeño para que las empresas inicien una producción en larga escala en el país.

¿Qué porcentaje de la producción que generan en el país, estiman colocar en el Uruguay en el 2019?

El año pasado, el 4,1% de nuestro total de vehículos producidos fueron exportados a Uruguay. Creemos que en 2019 ese número se mantendrá o tal vez pueda ser un poco mayor, ya que uno de nuestros mayores mercados, Argentina pasa por una situación de baja demanda.

¿Qué medidas se deberían tomar para fomentar la llegada de vehículos eléctricos a su país, teniendo en cuenta el cambio que ya se inició en el primer mundo?

El consumidor aún no está acostumbrado con la tecnología eléctrica y tiene miedo de comprar un vehículo de este tipo y tener problemas con el abastecimiento, dado que los puestos de recarga eléctrica aún son escasos. El precio medio de los vehículos también es alto, comparado con los coches tradicionales. Es importante tener inversión pública y privada para instalación de puestos de recarga por todo el país e incentivos por parte del gobierno para estimular la penetración de la tecnología en el

En materia impositiva, un auto importado que llega a Brasil a en USD 10.000 (valor CIF), ¿a qué precio se comercializa al público?

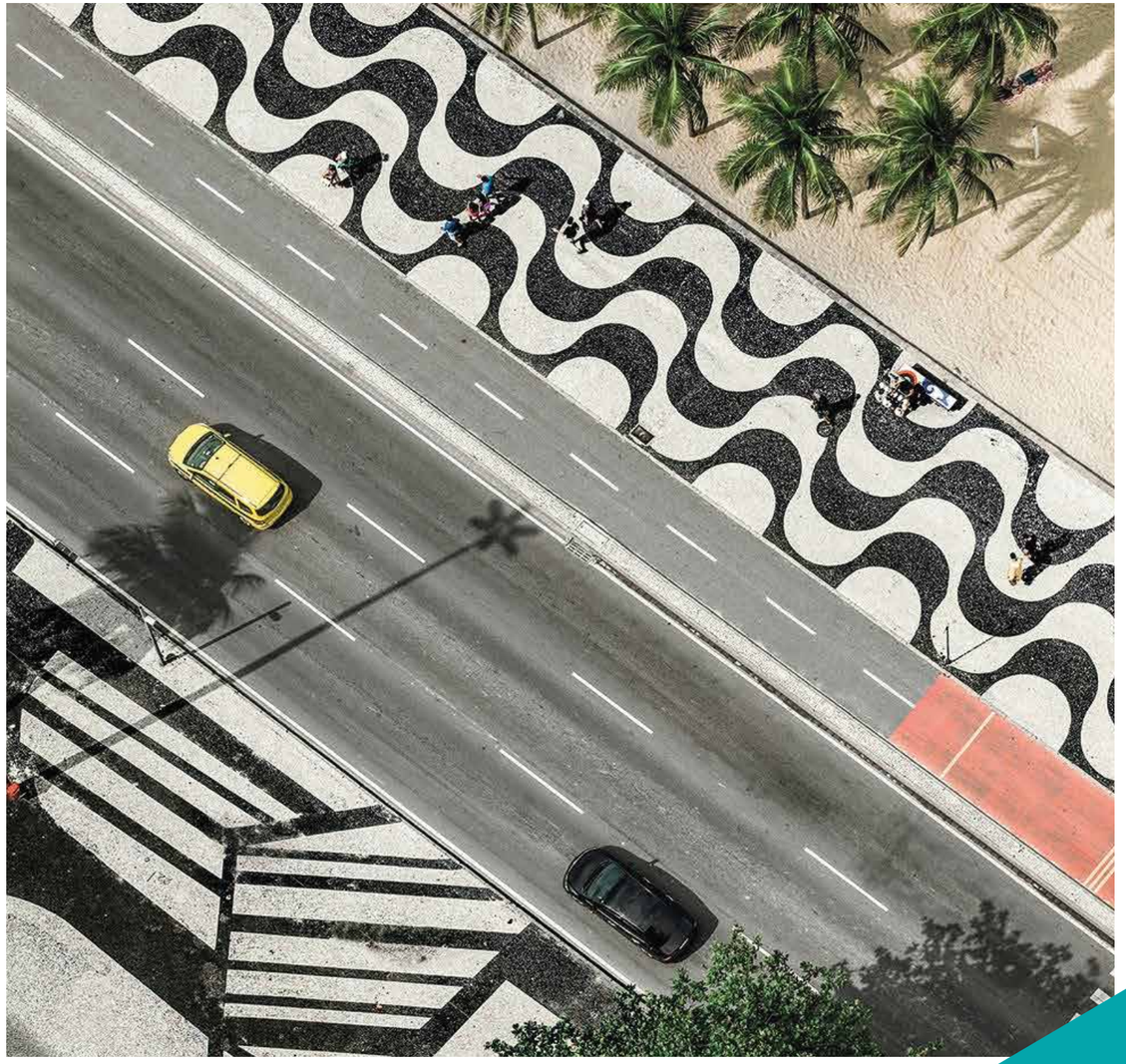
Cada empresa en Brasil hace su propio cálculo para saber a qué precio será vendido cada vehículo. Por ello, Anfavea no tiene como responder exactamente esta pregunta.

¿Cuáles creen que son los desafíos del mercado automotor regional, en los próximos 5 años?

Hay un programa en Brasil llamado Rota 2030 que fue creado con el gobierno federal en 2018 y que prevé medidas importantes para la industria automotriz en un período de 15 años. En este contexto fueron establecidas metas para aumento de la eficiencia energética de los productos en tres grandes ciclos y un calendario de introducción de nuevas tecnologías de seguridad en los vehículos. Creo que el gran desafío de la industria para los próximos cinco años es entregar vehículos dentro de estas condiciones del programa.

¿Cuáles son los mercados donde más se exporta la producción brasileña, por segmentos y por volúmenes?

Los lugares que más exportamos vehículos livianos en 2018 fueron: Argentina, México, Chile, Colombia, Uruguay y Perú. En el segmento de vehículos pesados, el ranking es: Argentina, Chile, Rusia, Sudáfrica, Perú y Uruguay.



BRASIL El gigante no está dormido.

VENTAS EN EL MERCADO INTERNO

2018

2,56
millones de unidades

2017

2,23
millones de unidades

14,6%

BALANCE DE PRODUCCIÓN

2018

2,88
millones de unidades

2017

2,69
millones de unidades

6,7%

VOLUMEN DE EXPORTACIONES

2018

629,2
mil unidades

2017

766
mil unidades

17,9%

URUGUAY | Se viene un repecho largo.

Entrevistamos a Gustavo Quartino, Presidente de ACAU, para completar las visiones de los tres integrantes de la región, quién nos detalla las expectativas del sector, luego de un año donde bajaron sensiblemente las ventas.

¿Cómo evalúa el año 2018 en materia de venta de vehículos?

Las estadísticas disponibles, tal como se confeccionan en nuestro país, muestran una caída del mercado total del 20 % respecto a 2017. Ello indica a las claras que no fue un año fácil. Si analizamos el último quinquenio, vemos que tuvimos un trienio 2014 – 2016 en permanente caída, mientras que en 2017 se había revertido la curva alentando el inicio de una recuperación. Volver a bajar los guarismos en el último año implicó consolidar una tendencia altamente negativa para las empresas del sector, a las que ya casi no le quedan medidas de contención del gasto y reducción de su rentabilidad por tomar. Como siempre sucede en mercados acotados, cuando el análisis se efectúa por segmentos, observamos resultados diferentes y hasta a veces contradictorios. Por más que se trabaja en el tema, los índices macro económicos en proceso de deterioro, así como los shocks financieros de la región y otras causales exógenas, generan un clima de incertidumbre en el comprador. Por ello el índice de confianza del consumidor completó en el ejercicio finalizado, cuatro años en zona de pesimismo, lo que va en línea con la contracción comercial que mencionamos al principio. Lo del principio, un año 2018 muy exigente.

	VAR. 2017/18
AUTOMÓVILES	-21%
UTILITARIOS	-35%
CAMIONES	33%
ÓMNIBUS	-0,009%
TOTAL GENERAL	-24%

A su entender, ¿qué tendría que cambiar en el 2019 para mejorar lo que pasó el año pasado?

Muchas cosas. La mayoría de ellas difícil de que se materialicen. Una cosa es responder teóricamente, enumerando los factores que deberían evolucionar para bien, tales como el déficit fiscal, el desempleo, la mejora del salario real, el poder de compra, la baja de la inflación, etc. Porque en una economía

enlentecida como la actual y con expectativas de crecimiento bajas, el cambio debería ser radical y no depende de nuestros Asociados. Otra forma de responder es ceñirse a la realidad y trabajar con lo que es factible y está a nuestro alcance modificar. Aumentar la productividad, negociar mejor con nuestras matrices, optimizar la inversión posible, capacitar aún más a nuestro personal, conocer mejor a nuestros potenciales clientes y saber sus necesidades. No es que esas tareas ya no se hagan o que sea todo un descubrimiento hacia 2019. Pero sin duda es sobre esa senda que se puede obtener algún índice de mejora.

¿Cómo imagina el 2019, siendo que es un año electoral?

Durante el primer semestre, las actividades pre electorales seguramente contribuirán a mantener una baja intención de compra por parte de los usuarios. Se presentan propuestas muy diferentes y sobre todo muy antagónicas según cada postulante. Nuestra impresión es que aquel que pueda hacerlo, demorará su decisión de compra hasta por lo menos tener claro quiénes serán los candidatos finales y cuáles serán sus propuestas concretas. Obviamente aquel que tenga la necesidad personal o laboral de llevar a cabo la adquisición de un producto automotor en lo inmediato, buscará la oferta especial y negociará en condiciones ventajosas, lo que nuevamente incidirá en la rentabilidad de los negocios. El segundo semestre es aún más incierto, porque además de nuestro propio proceso electoral, se sabe que se desarrollará un escenario igual en Argentina, que influenciará a la región. Además, la mayoría de la población intuye que sea quien sea el partido ganador localmente, en 2020 deberá tomar medidas que colisionarán con la decisión de endeudarse en moneda extranjera a mediano y largo plazo. En pocas palabras, nuevamente un año muy difícil por delante.

El segundo semestre es aún más incierto, porque además de nuestro propio proceso electoral, se sabe que se desarrollará un escenario igual en Argentina, que influenciará a la región. Además, la mayoría de la población intuye que sea quien sea el partido ganador localmente, en 2020 deberá tomar medidas que colisionarán con la decisión de endeudarse en moneda extranjera a mediano y largo plazo.

¿Cree que haya algún segmento, automóviles, camiones, ómnibus o algún otro que pueda escapar al contexto general por algún tema coyuntural?

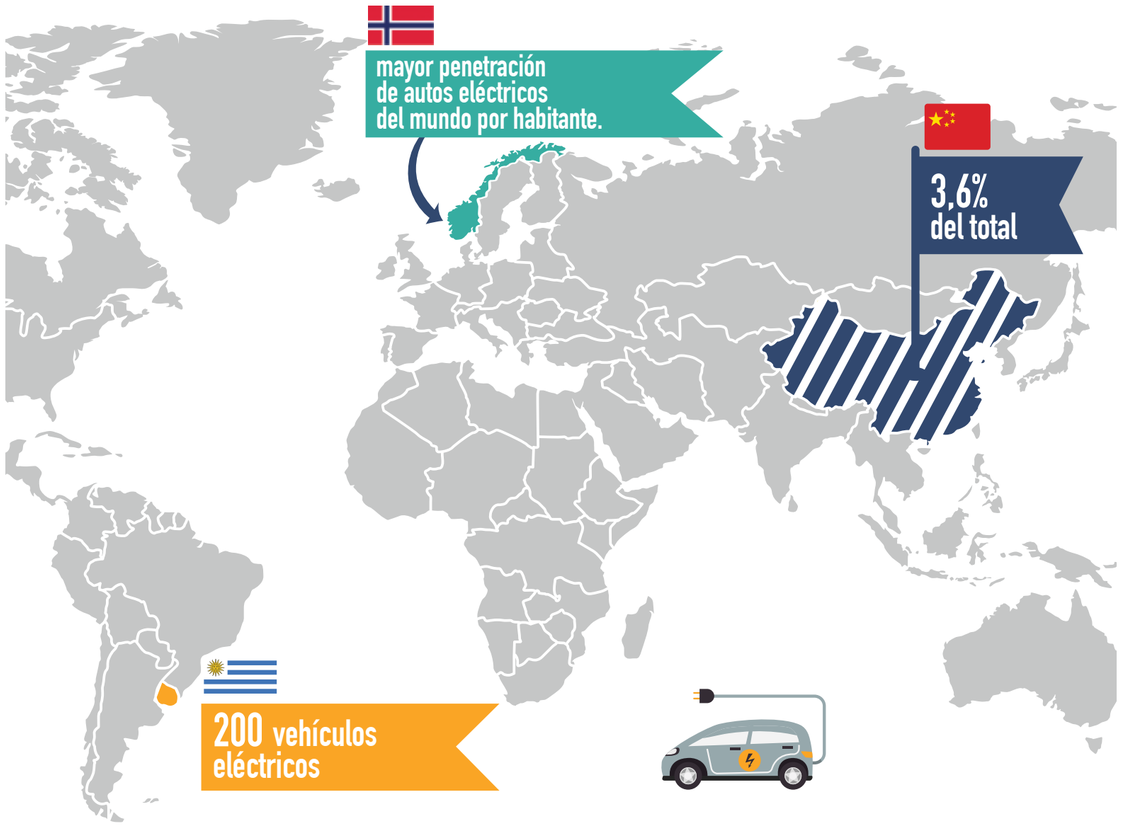
Sin dudas. No en lo general, pero si es posible en algún segmento en particular como lo indica la pregunta. Ya hemos mencionado en muchas oportunidades que en un mercado pequeño como el nuestro, las operaciones puntuales influyen mucho en los porcentajes de variación. Por citar un ejemplo concreto, el de los ómnibus. El lanzamiento de una nueva línea de productos, la renovación de una flota importante, una promoción particular o nuevas alternativas de financiación, seguramente pueden influir coyunturalmente en el desempeño de alguna de las franjas del transporte automotor. Y en la perspicacia

y capacidad de las empresas estará aprovechar esos nichos.

En Uruguay estamos hablando mucho de movilidad eléctrica, debido al cambio de matriz que se hizo en el país y lo bueno que es para recibir vehículos eléctricos, ¿cómo lo analiza?

La movilidad eléctrica es ciertamente el futuro del transporte. Tanto de pasajeros como de cargas. Primero con motorizaciones híbridas como las que ya circulan localmente, luego con productos 100% eléctricos y quizás también en base a otras tecnologías como por ejemplo las células de combustible en base a hidrógeno. Y ciertamente Uruguay hace ya un rato que ha empezado a dar pasos muy importantes para estar a la altura de esta revolución. Haber cambiado la matriz energética y estar actualmente habilitados para suministrar energía renovable a todo el parque automotor si fuera preciso, nos destaca en el concierto

MOVILIDAD ELÉCTRICA



de la mayoría de los países de América Latina. Si lo comparamos con otros procesos industriales históricos, la transición hacia la movilidad eléctrica será muy rápida. Si lo vemos desde el punto de vista de lo que falta hacer y de la maduración que todavía es menester en la tecnología de carga eléctrica, puede llevar algunos pocos años más consolidarse.

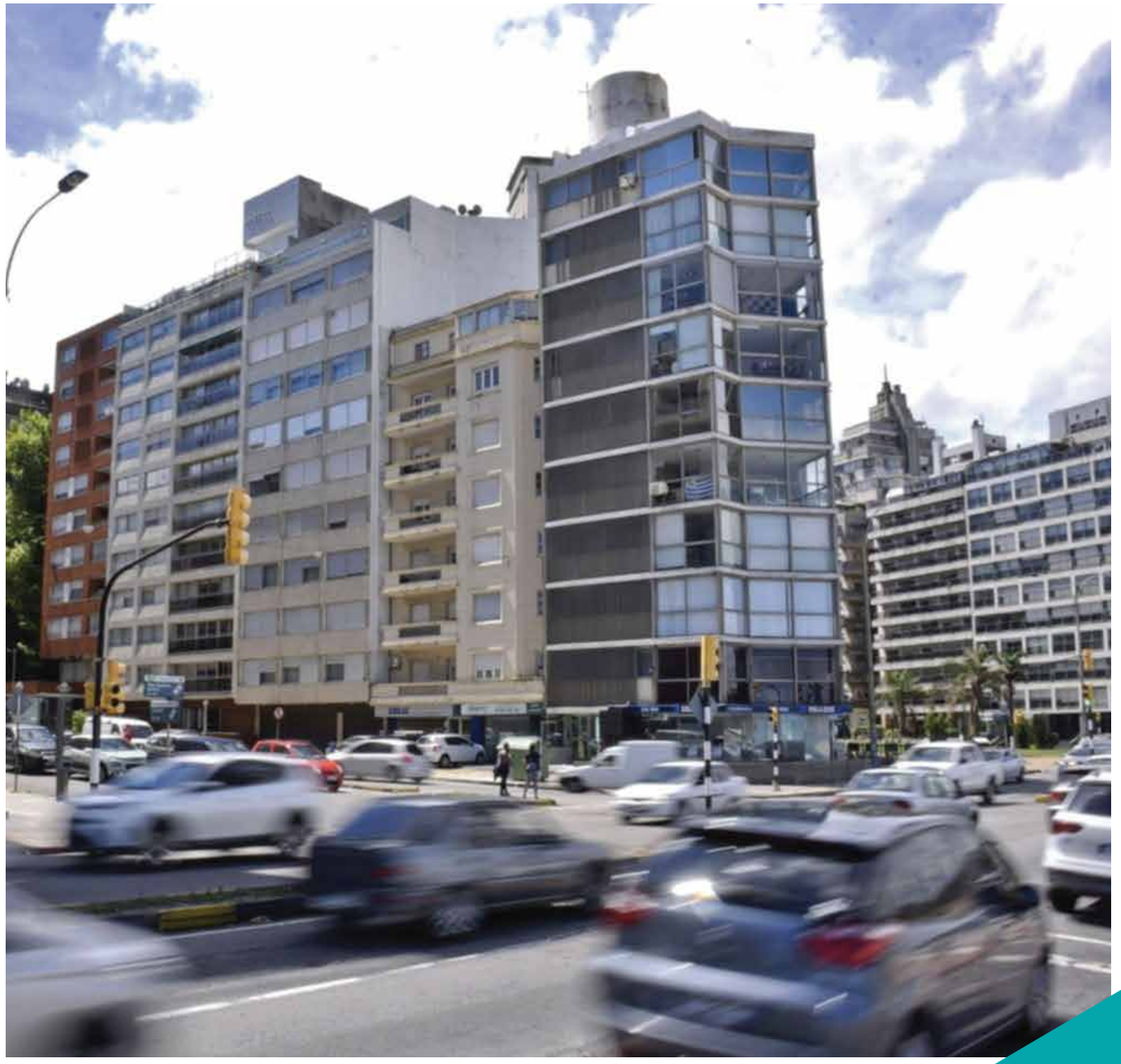
¿Qué medidas se deberían tomar para fomentar la llegada de vehículos eléctricos, teniendo en cuenta el cambio que ya se inició en el primer mundo?

Independientemente de disponer de una tecnología de serie probada, eficiente y eficaz y no solamente de unidades que hoy apenas están abandonando la franja de los prototipos, las medidas a tomar son varias. Lo primero es diseñar el layout de las ciudades, rutas y recorridos más

transitados, para implementar los sistemas de recarga más adecuados. En segunda instancia establecer una estrategia de carga robusta, prevista para el peor escenario de demanda. En base a ello implementar la infraestructura apropiada y asegurar las grillas de conexión de potencia. Luego planificar el futuro mediato, imponiéndose metas exigentes pero cumplibles en el marco de la actual situación macro económica nacional y regional. En paralelo continuar con los incentivos y políticas ya en práctica, para compensar los altos costos de las primeras generaciones de vehículos eléctricos, producto de una elemental economía de escala. Otro aspecto altamente importante es fijar la homologación y regulación que regirá la importación, evaluación y el uso de estos modelos. Por último y esto nos compete más a nosotros como Representantes de Marca que a las autoridades, trabajar en la capacitación del personal técnico que deberá atender dichas unidades.

En materia impositiva, un auto importado que llega a Uruguay en USD 10.000 (valor CIF), ¿a qué precio se comercializa al público?

Es un tema sobre el que también hemos brindado muy detalladas explicaciones en nuestros Anuarios anteriores, los cuales pueden ser consultados a través de nuestra web. El entramado impositivo vigente, compuesto por aranceles, tasas e impuestos deriva en diferentes resultados según sea el origen de los vehículos, la conformación de los mismos, su motorización y cilindrada. La primera diferencia la establece el arancel de importación. Cero si el vehículo proviene del Mercosur o México y su contenido regional le permite disponer de un Certificado de Origen. Hasta 23 % si se fabricó en extra zona o si a pesar de ser de zona, tiene un porcentaje bajo de componentes de la región. Luego el IMESI, que presenta



diferentes escalas si el motor es a gasolina, diésel, eléctrico o híbrido. Estas escalas a su vez son distintas, según la menor o mayor cilindrada en el caso de los motores de combustión interna a nafta. Por último el IVA. En base a la combinación de los factores antes descriptos, esos mismos U$S 10.000,00 indicados en la pregunta, pueden derivar en un precio de venta público que oscile entre U$S 20.000,00 y hasta más de U$S 40.000,00. Y esto sin considerar margen alguno para el Representante de Marca e Intermediarios.

¿Cuáles cree que son los desafíos del mercado automotor regional, en los próximos 5 años?

El sector automotor es muy dinámico, exigente, competitivo y estrechamente ligado a la situación económica y financiera de nuestro país y la región. No en vano más del 60 % de los productos que se importan provienen de nuestros dos vecinos. Ergo, su evolución nos afecta particularmente. Somos notoriamente tomadores de precio y productos y si bien a cualquier Matriz del mundo le importamos por la seriedad del trabajo que se realiza, la verdad es que los volúmenes que podemos negociar son restringidos. Debemos seguir trabajando en muchas iniciativas que cada uno de los Directivos de ACAU hemos abrazado con responsabilidad y dedicación, en procura de alcanzar una Política Nacional Automotriz como nosotros la hemos denominado desde nuestra fundación. Un conjunto de normas atemporales y consensuadas con las autoridades, que brinden seguridad jurídica y certeza a la práctica del comercio automotor.

CAPACITACIÓN EXCLUSIVA PARA NUESTROS SOCIOS

A2018

CAPACITACIÓN EXCLUSIVA PARA NUESTROS SOCIOS:

MERCADO LIBRE

Mercado Libre dio una charla exclusiva para socios de ACAU a los efectos de capacitar a los usuarios con el fin de sacar un mayor provecho de esta herramienta. La misma se llevó a cabo el 10 de abril de 2018 en las instalaciones de MERCADOLIBRE en el WTC, con la presencia de más de 40 participantes del área de marketing y comercial de las empresas socias de ACAU Algunos de los temas que conversamos:

Capacitaciones en comercio electrónico para todos los asociados.
Universidad ACAU - Mercado Libre

Contexto Internet Uruguay

Ecosistema Mercado Libre - Herramientas

Mejores prácticas en publicaciones de Vehículos

Iniciativas Mercado Libre Vehículos.

Mercado. Compartir Información pública. APIs Mercado Libre.

CAPACITACIÓN EXCLUSIVA PARA NUESTROS SOCIOS:

VUCE

Los procesos y trámites a realizarse en la administración pública en Uruguay se están modernizando. Específicamente en materia de homologación de Camiones que ingresan a nuestro país, la modernización viene por la digitalización de los procedimientos y documentación a través de implementación de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, VUCE. A los efectos de instruir a los funcionarios de las empresas socias, ACAU organizo el pasado 5 de julio de 2018 en sus instalaciones, una capacitación técnica llevada a cabo por funcionarios del VUCE y la presencia de técnicos de la División de Ingeniería del MTOP.

CAPACITACIÓN EXCLUSIVA PARA NUESTROS SOCIOS:

MOVILIDAD ELÉCTRICA

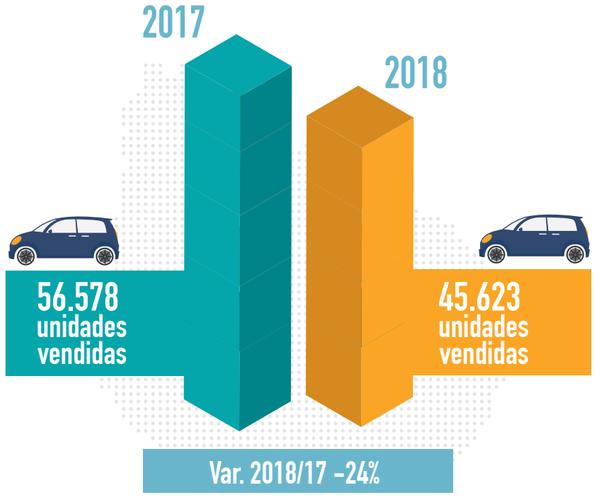
Por último, en febrero de 2019, la gente de EMobility Solutions realizó una capacitación de varios días donde los socios pudieron conocer de primera mano todos los avances en materia de movilidad eléctrica, una realidad que avanza cada vez más rápido y ya hoy tiene presencia en nuestro país.
La idea fue conocer todos los eslabones de valor de la cadena, desde los aspectos técnicos como verificación de voltaje en los automóviles, o cómo remover el banco de baterías de forma segura, hasta conocer cómo es el sistema de sofware de los puntos de recarga, y ver el funcionamiento en vivo de un cargador portátil eléctrico.

ESTADÍSTICAS: VENTAS MERCADO URUGUAYO 2018

A2018

ESTADÍSTICAS 2018

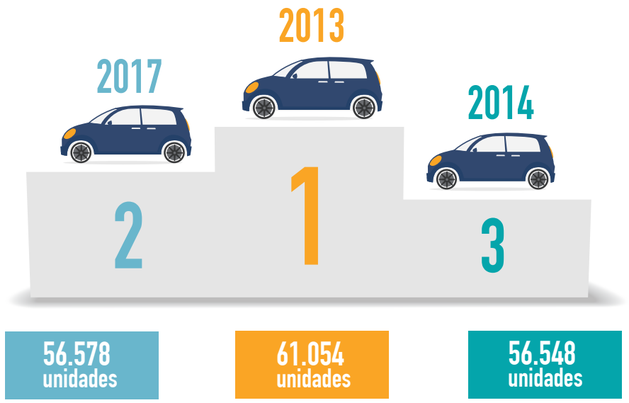
POR MES, CADA CATEGORÍA DURANTE EL 2018.



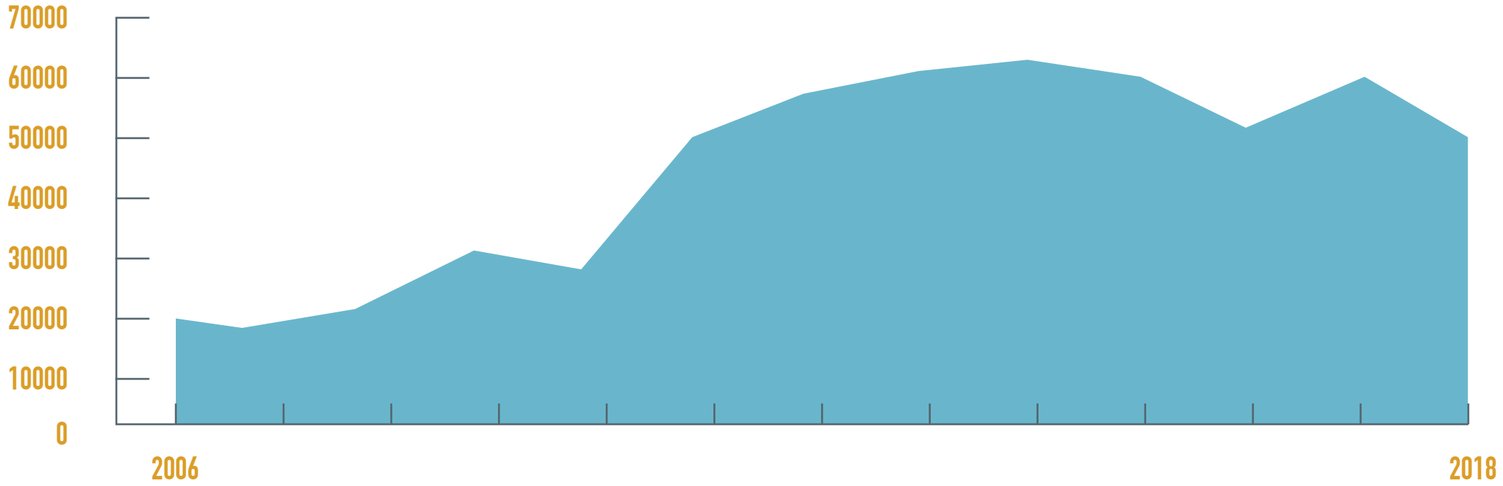
MARCA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SUB-TOTAL AUTOMÓVILES	2586	2354	2397	2500	2386	1819	1549	2570	2386	2006	2298	2532	27383
SUB-TOTAL SUV	662	429	680	544	535	493	384	487	442	518	670	662	6506
SUB-TOTAL MINIBUSES	11	24	17	11	13	8	15	12	17	8	22	23	181
SUB-TOTAL UTILITARIOS	829	631	1034	785	876	701	745	800	581	873	1098	721	9674
SUB-TOTAL CAMIONES	122	135	138	136	172	145	157	179	137	140	153	157	1771
SUB-TOTAL ÓMNIBUS	0	1	3	4	28	2	5	1	0	34	8	22	108
TOTAL GENERAL	4210	3574	4269	3980	4010	3168	2855	4049	3563	3579	4249	4117	45623

COMPARATIVO ÚLTIMOS 5 AÑOS.

	2014	2015	2016	2017	2018	VAR. 2017/18
AUTOMÓVILES	40.171	39.472	35.924	41.342	33.889	-21%
UTILITARIOS	12.517	9.601	9.693	13.349	9.855	-35%
CAMIONES	3.493	1.989	1.437	1.178	1.771	33%
ÓMNIBUS	367	256	60	109	108	-0,009%
TOTAL GENERAL	56.548	51.318	47.114	56.578	45.623	-24%



TOTAL DE AUTOMOTORES 0KM. VENDIDOS.

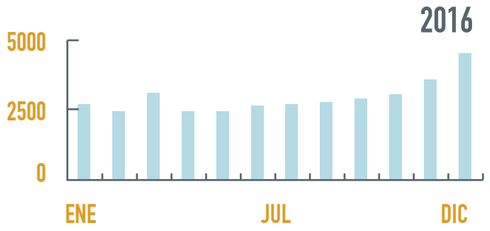


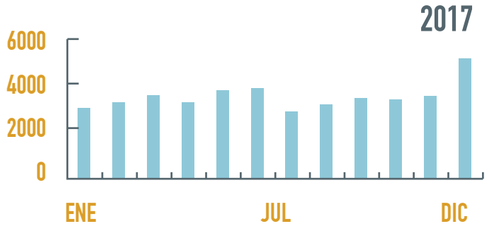
DATOS HISTÓRICOS	
2008	28.529
2009	27.419
2010	45.684
2011	54.998
2012	56.459
2013	61.054
2014	56.548
2015	51.318
2016	47.114
2017	56.578
2018	45.623

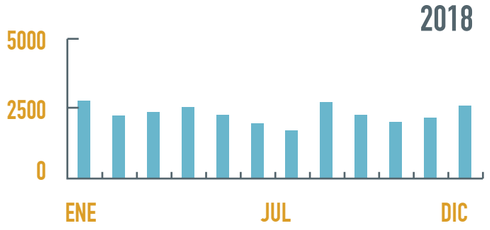
VENTA MENSUAL

FUENTE ACAU

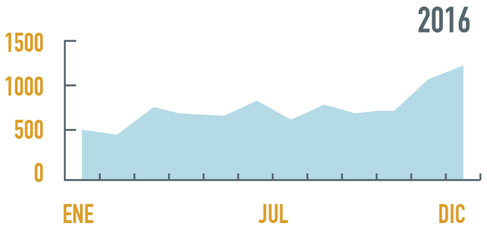
AUTOMÓVILES DE PASAJEROS

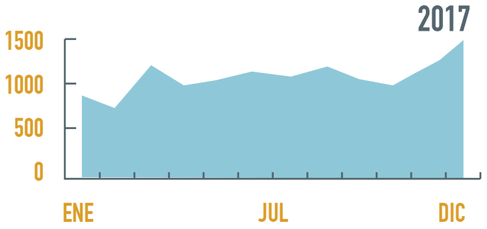


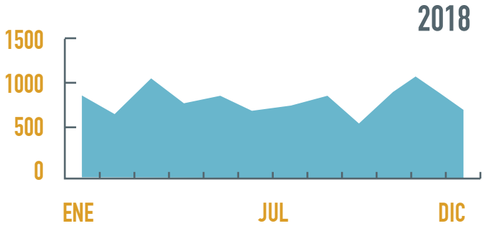




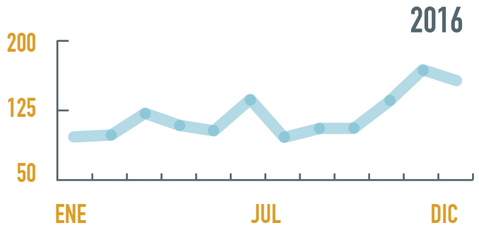
UTILITARIOS

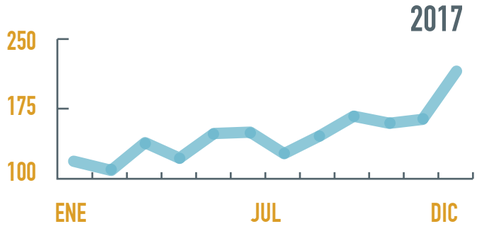


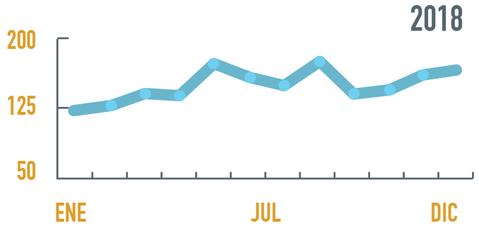




CAMIONES







Homenaje

Se fue un GRANDE: Emilio Curcio

El jueves 28 de marzo de 2019, a la edad de 96 años falleció don Emilio J. Curcio, director y principal accionista de AYAX S.A. que condujo la empresa desde octubre de 1962 hasta que en 1995, cuarenta años después de fundada, le traspasó el mando a su hijo Alejandro. Pese a ello, don Emilio continuó hasta el final de su vida vinculado a la empresa a la que hizo crecer gracias a sus dotes visionarias, capacidad de liderazgo y el sentido de responsabilidad que siempre lo caracterizó.

Sus continuadores lo echan en falta pero a la vez siguen transitando su huella para seguir impulsando a la firma que por casi 75 años contó con don Emilo J, Curcio, verdadero ejemplo empresarial y pionero del sector automotriz en Uruguay.

ACAU

Asociación del Comercio
Automotor del Uruguay