

INGRESANTES 2025

Prof. Sandra Fuentes y Ma. Carolina Boretto

TRABAJO GRUPAL

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

1. LECTURA DE LA NOTICIA
2. ANOTAR PALABRAS QUE NO COMPRENDAN
3. ANÁLISIS DEL TEXTO
4. BUSCAR EN INTERNET Y ANOTAR QUE PAISES (5) TIENEN MAYOR CARGA IMPOSITIVA EN EL MUNDO.
5. ESCRIBIR UNA CONCLUSIÓN SOBRE LO QUE DICE LA NOTICIA.
6. NOMBRAR A DOS INTEGRANTES DEL GRUPO PARA QUE LEAN SU TRABAJO.

La industria nacional de electrodomésticos se acomoda para competir con los importados

Luego de un año marcado por la caída de la actividad, las compañías del sector proyectan números positivos para 2025; las estrategias de las firmas frente a la macroeconomía y la competencia china

14 de febrero de 2025



La industria nacional trabaja puertas adentro para ganar competitividad

Daniel Basualdo

55

La apertura de las importaciones se convirtió en un arma de doble filo para la industria nacional de electrodomésticos. A la par de una mayor flexibilidad a la hora de adquirir insumos, máquinas y repuestos, las compañías ahora le hacen frente también a una oferta cada vez más amplia de artículos terminados que llegan a bajos precios.

“En los últimos meses, en noviembre y diciembre, ingresaron muchos productos importados, sobre todo de China. Y hoy **en el retail ya se ven muchos artículos: ya no solo los típicos de alta gama, sino también otros a muy bajos precios, con los que es difícil competir**, dada la estructura del costo argentino”, señaló Alejandro Iglesias, presidente de la Cámara Argentina de Fabricantes de Electrodomésticos.

Según un estudio elaborado por un conjunto de cámaras industriales, la Argentina se ubica entre las peores posiciones de los *ranking* mundiales de competitividad. Y esto lo explican principalmente por cinco factores: la inestabilidad macroeconómica, la carga impositiva, el costo laboral no salarial, la falta de financiamiento al sector privado y los costos logísticos.

Composición de la carga tributaria
sobre el precio de productos metalúrgicos (en la puerta de la fábrica, sin IVA)

			
Estructura Metálica	40%	18%	15%
Silos	34%	15%	19%
Remolque	33%	18%	17%
Acoplado	33%	21%	16%
Sembradora	33%	15%	19%
Secadora	33%	15%	18%
Rolo	32%	15%	16%
Auto/pickup*	33%	16%	15%
Embolsadora	31%	14%	17%
Extractor	31%	15%	17%
Termotanque	30%	13%	14%
Tolva	30%	14%	18%
Cocina	30%	13%	14%
Cabezal maicero	30%	14%	15%
Envase alimento	30%	17%	12%
Lavarropa	29%	15%	14%
Heladera	26%	12%	11%

Fuente: Estudio "Una agenda común para crear más inversión y empleo en Argentina", elaborado por un grupo de cámaras industriales
 “La Argentina tiene una de las cargas tributarias más altas del mundo, con una estructura impositiva compleja y más de 155 impuestos y tasas. **Los productos metalúrgicos soportan, en promedio, un 32% de impuestos sobre el precio del producto en puerta de fábrica (sin IVA), más del doble que en Brasil o México.** Y en promedio, más de un tercio de la carga tributaria corresponde a impuestos considerados distorsivos, debido a su impacto acumulativo en la cadena de valor: el impuesto a créditos y débitos bancarios, Ingresos Brutos, Impuesto a los Sellos/otros y Tasas Municipales, por ejemplo”, precisa el documento.

De acuerdo con el titular de la cámara, desde el actual gobierno simplificaron trámites y redujeron costos pequeños, pero para encarar el grueso de los costos es necesaria una reforma impositiva. “No vemos que haya algo en el horizonte próximo. No depende solo del gobierno nacional, sino también de las provincias. Estamos muy en el comienzo de este cambio”, precisó.

Caída y repunte: proyecciones para 2025

“El 2024 fue bastante complicado, sobre todo a principios de año, cuando se dio una caída de la actividad cercana al 50%. A partir de mayo, se fue recuperando y cerramos el año con valores cercanos a los de 2023. **La recuperación fue empujada por la vuelta de las cuotas y la baja de la inflación**, que ayudó a que las personas se embarcaran en la compra de electrodomésticos”, señaló Iglesias.

Para Pablo Suaya, fundador de Banghó, el 2024 fue un año de transición, en el que se enfocaron en reordenar el negocio y adaptarse a los nuevos jugadores y precios del mercado. “Actualmente estamos con un tipo de cambio relativamente bajo de la divisa norteamericana, lo que hace que la mano de obra argentina sea más costosa en términos absolutos, un factor que consideramos desfavorable. Sin embargo, no hubo grandes cambios en materia de materias primas y de aranceles en los últimos 24 meses, lo que nos permitió mantener la estabilidad en los costos. La política económica actual ofrece mayor previsibilidad, lo que resulta positivo para planificar a largo plazo. Así, desde nuestro análisis, **el mercado muestra signos de estabilidad, y proyectamos un repunte de entre el 15% y el 25% en comparación con el año pasado**”. consideró.



Mabe invirtió más de US\$20 millones para el montaje de una nueva línea de producción de cocinas Drean

En sintonía, para Fernando Novoa, gerente general de Electrolux -firma sueca que en 2011 adquirió la rosarina Gafa al grupo chileno Sigdo Koppers- el acomodamiento de variables -como el tipo de cambio y la inflación- impulsó el surgimiento de las cuotas, “uno de los motores principales del consumo”. “Vimos que se fue acelerando con el correr de los meses y que seguirá presente durante todo el año”, afirmó. Y a la hora de analizar la competencia, consideró: **“Vemos una mayor oferta de productos, tanto de marcas como de productos, que seguramente se transformará en una sobreoferta en un inicio. Sin embargo, con el tiempo creemos que se irá depurando”**.

Optimización de procesos

A lo largo de 2024, los jugadores locales se concentraron puertas adentro. “Las empresas están trabajando para mejorar la competitividad y bajar costos; están buscando alternativas de materiales y todo lo que está a su alcance para hacer más eficiente la operación. Siempre lo hacen, pero ahora de forma más urgente”, señaló Iglesias.

En esa línea, Novoa explicó: **”En 2024 mejoramos significativamente los costos.** Por un lado, sumamos eficiencia de nuestros procesos e implementamos SAP para nuestro sistema de producción y comercial. Y por otro, adquirimos nuevos inyectores, lo cual nos permitió reemplazar piezas plásticas y seguir ofreciendo productos de calidad a un precio competitivo”.

Según las cifras expuestas, Electrolux invirtió cerca US\$4,2 millones en 2024: de esa suma, US\$2,8 millones fueron destinados a la mejora del proceso productivo y a aspectos ligados a sustentabilidad, y los US\$1,4 millones restantes, a la finalización de la implementación de SAP -que demandó un total de US\$10 millones-. En tanto, para este año, las inversiones proyectadas para la mejora de procesos trepan a los US\$3,2 millones.

En paralelo, también **desde Mabe avanzaron en un plan para ganar mercado y completar su gama de productos. Mediante una inversión superior a US\$20 millones, la firma montó una nueva línea de producción de cocinas de la marca Drean**, en la planta que tiene en la localidad de Luque, en Córdoba. Según precisaron, más dos años después de iniciado el proyecto y luego de una serie de demoras derivadas de problemas de importación de maquinaria, la línea será puesta en marcha en marzo; proyectan la fabricación de 120.000 cocinas al año.

De capitales mexicanos, Mabe está presente en la Argentina desde finales de 1990, produciendo y comercializando las heladeras Patrick desde su planta en la ciudad de San Luis. [En 2022 adquirió la cordobesa Alladio](#) y tras un proceso de fusión, hoy comercializa también heladeras y lavarropas Drean. En total, hoy tiene tres plantas: dos en Córdoba y una en San Luis.

Fortalezas: flexibilidad y post venta

En el contexto adverso, los jugadores nacionales conocen también sus fortalezas e hicieron foco en ellas. Frente a la complejidad que supone la lejanía de un fabricante en China o en Taiwán, se apoyaron en la localía y en el conocimiento del mercado, para desarrollar servicios diferenciales y establecer relaciones más cercanas con los clientes.

“El éxito radica en el sostenimiento de la calidad, variedad y la capacidad de ofrecer **configuraciones personalizadas para nuestros clientes**”, señaló Suaya. En esa línea, para el ejecutivo, una de las grandes fortalezas de la firma es el servicio Banghó 360°, disponible tanto para grandes corporaciones como para pequeñas y medianas empresas. A través de esta solución, por ejemplo, una PyME puede adquirir *notebooks* personalizadas y

configuradas desde fábrica, con tres años de garantía, y recibirlas directamente en su oficina.

Asimismo, Novoa consideró: “**Al trabajar con productos nacionales, tenemos más versatilidad y posibilidad de hacer frente al servicio de post venta**, como una propuesta de valor. Tenemos, por ejemplo, mayor velocidad de respuesta en la gestión de repuestos, respecto de los importadores, los cuales están a merced de disposiciones, de la posibilidad de nacionalizar y de los tiempos de envío”.

Por [Laura Ponasso](#)