

M.^a JOSÉ MORAL RINCÓN

EL CICLO DE LOS MODELOS DE AUTOMÓVILES EN EL MERCADO ESPAÑOL

El objetivo de este trabajo es contrastar si la fuerte rotación de modelos que se observa en el mercado de automóviles se debe a la existencia de ciclos de vida. Los resultados indican que las cuotas de mercado dependen efectivamente de la edad del modelo (tiempo de permanencia en el mercado). También se encuentra evidencia de que los ciclos de vida son diferentes según el segmento del mercado y si el fabricante produce algún modelo en España o no. Para realizar este análisis se ha utilizado una base de datos de nueva construcción del mercado de automóviles español. Además, se presenta un estudio a cerca de la segmentación del mercado de automóviles.

Palabras clave: Industria del automóvil, segmentación del mercado, ciclo de vida, cuota de mercado.

The purpose of this paper is to verify if the high number of car model turnovers that we observe in the automobile market is due to the existence of life cycles. Results suggest that a model's market share effectively depends on its age (time of permanence in the market). Also, life cycles are different according to the car model's market segment and whether its manufacturer has a plant in Spain or not. In order to develop this analysis a newly constructed database on the Spanish automobile market has been used. In addition, the paper introduces a study on the car market segmentation.

Key words: Automobile industry, market segmentation, life cycle, market share.

MANUEL GONZÁLEZ DÍAZ / LUIS VÁZQUEZ SUÁREZ

FACTORES DETERMINANTES DE LA DISPERSIÓN EN LOS PRECIOS DE LOS AUTOMÓVILES

Este trabajo estudia qué factores determinan la dispersión de precios observada en distintos modelos de automóvil. Tomando como base los datos obtenidos en un experimento en el que se empleó la técnica de pseudocompra, se ha constatado que la dispersión de precios aumenta al hacerlo el número de concesionarios que comercializan un determinado modelo en una área geográfica. Igualmente, se observa una relación positiva y estadísticamente significativa entre la dispersión de precios de los modelos y las asimetrías de tamaño entre los concesionarios de una misma red comercial.

Palabras clave: Industria del automóvil, distribución comercial, discriminación de precios, economías de escala, calidad de productos, publicidad.

This paper studies factors determining the observed price dispersion in different automobile models. Our base data is the result of an experiment in which we have use a market research technique to obtain actual market prices. We show that this dispersion is positively correlated with the number of dealers selling each model in a geographic area. In addition we observe a significant and positive relationship between the price dispersion and the asymmetry of sizes of car dealers within each commercial network.

Key words: Automobile industry, commercial distribution, price discrimination, scale economies, products quality, publicity.

J. ENRIQUE BIGNÉ ALCAÑIZ / NATALIA VILA LÓPEZ

ESTRATEGIA DE EMPRESA Y POSICIONAMIENTO DE PRODUCTO EN LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL. UN ANÁLISIS COMPARADO

El presente artículo gira en torno a la comparación del posicionamiento de una empresa con el del producto que oferta en el mercado. Tras entrevistar a 211 profesionales del sector el automóvil ocupados en alguna de las 18 marcas objeto de estudio, y a 261 compradores recientes de coches de gama media familiar de tales marcas, queda constancia de la disparidad entre unos y otros en la forma que perciben una misma marca. Por tanto, de la necesidad de definir un marco de referencia distinto en cada caso en la toma de decisiones de posicionamiento.

Palabras clave: Estrategia competitiva, posicionamiento empresarial, marketing, comportamiento del consumidor, industria del automóvil.

The aim of the present paper is to compare the competitive positioning of a firm with the positioning of its products. After interviewing 211 managers of the automobile sector occupied in one of the 18 carmakers studied, and 261 recent buyers of a medium/familiar car form that carmakers, the disparities between both groups of interviewees has been probed. So, the need to define a different point of reference for each positioning decision is demonstrated.

Key words: Competitive strategy, entrepreneur positioning, marketing, consumer behavior, automobile industry.

JOSÉ IGNACIO PRADAS POVEDA

PRODUCTIVIDAD EN LA INDUSTRIA ESPAÑOLA DE FABRICACIÓN DE AUTOMÓVILES. SU TRAYECTORIA ENTRE 1989 Y 1999

La industria española de automoción ocupa uno de los primeros lugares del mundo (tercera de Europa y quinta mundial) debido a las mejoras tan sobresalientes de productividad experimentadas por las fábricas españolas de vehículos. En el artículo se analiza la evolución de la productividad en el período 1989-1999 y su relación con empleo, organización del trabajo y especialización productiva en cada una de las fábricas españolas. Se dan pautas para explicar los incrementos medios del valor real de la producción en un 82% y de la productividad de hasta el 117% en valor real y de 72% en vehículos por trabajador, concentrados principalmente en el final del período.

Palabras clave: Industria del automóvil, productividad, empleo, organización del trabajo, especialización de producción.

Due to outstanding productivity gains especially in the automobile plants, Spanish automotive industry is one of the top leaders in the world: third in Europe and fifth in the world. This paper analyzes how productivity has evolved along the period 1989-1999 and its relationship with employment, labour organisation and production specialization in every Spanish site. It provides key issues to explain the increase of

real value production in 82%, with productivity gains up to 117% in real terms and 72% in vehicles per employee., mostly concentrated in the last part of the period.

Key words: Automobile industry, productivity, employment, labour organisation, production specialization.

ÁNGEL MARTÍNEZ SÁNCHEZ / MANUELA PÉREZ PÉREZ

ORGANIZACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN FLEXIBLE: EL CASO DE LA INDUSTRIA AUXILIAR DE AUTOMOCIÓN DE ARAGÓN

Este trabajo recoge el resultado de una encuesta a 28 empresas auxiliares de automoción en Aragón. La rotación de tareas y el trabajo en equipo en las empresas encuestadas están positivamente relacionadas con la formación y el uso de componentes modulares. Aproximadamente la mitad de las empresas cooperan con sus clientes y proveedores para mejorar los procesos de producción pero solo una minoría está involucrada en el diseño conjunto de componentes con sus clientes. El suministro flexible está relacionado con otras variables de flexibilidad como la modularidad o la adopción de tecnologías flexibles.

Palabras clave: Automatización flexible, flexibilidad laboral, formación en las empresas, just-in-time, industria de automoción.

This paper analyzes the main results of a survey to 28 Aragonese automotive suppliers. The rotation of tasks and teamworking are positively correlated with the training and the use of modular components. Nearly half of the companies cooperate with their customers and suppliers to improve their production processes but only a few companies are involved in automotive component design. Just-in-Time delivery is positively correlated with some flexibility variables as the use of common components or the adoption of flexible manufacturing technologies.

Key words: Lean automatization, labour flexibility, enterprise learning, just-in-time, automotive industry.

LUIS EUGENIO CARRETERO DÍAZ / LUIS MIGUEL DELGADO ESTIRADO

ESTRATEGIA LOGÍSTICA INTERNA EN UN CONTEXTO DE PRODUCCIÓN AJUSTADA.

APLICACIÓN AL SECTOR DE COMPONENTES DE AUTOMOCIÓN EN ESPAÑA

La búsqueda de una actuación más eficiente en el sistema productivo ha provocado la fijación de un análisis más profundo de sus principales fortalezas y debilidades. Sin embargo, la consecución de este objetivo precisa de una función logística que permita realmente lograr esa eficiencia. Este artículo trata de analizar el comportamiento logístico de las organizaciones empresariales, tanto desde el punto de vista de la actitud estratégica adoptada por dicha función, como del grado de aplicación de los fundamentos de actuación ajustada (ya que esta actuación pasa a ser la más aceptada, dentro del ámbito de la dirección de operaciones, en los sectores más avanzados y competitivos), a fin de agrupar a las empresas del sector sometido a estudio conforme a los criterios anteriores. Finalmente, se analizará la posible relación existente entre dichos grupos así como las diferencias halladas respecto al grado de eficiencia alcanzado.

Palabras clave: Gestión de la producción, logística, eficiencia, producción ajustada.

This article intends to analyze logistic behaviour in business organizations, both from a strategic attitude adopted by the logistic function responsables and the level of application of the lean management fundamentals (since this kind of behaviour is now a best practice on the Operations Management function, in the more advanced and competitive sectors). The study is about to construct several groups of companies accordingly to these criteria, inside an industrial sector under consideration. Finally, the possible relationship between those groups and the differences with respect the level of efficiency among them will be analyzed.

Key words: Production management, logistic, efficiency, lean production.

4

MERCÈ SALA RÍOS

APROXIMACIÓN MULTICRITERIO A LA ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

El trabajo presenta una forma alternativa de analizar la estructura industrial de la economía española. En concreto, el estudio se interesa tanto por la vertiente de la estructura productiva sectorial, como por la vertiente de la especialización territorial. Mediante la técnica multicriterio se acceden a programas de optimización que, a partir de las variables que se consideran más relevantes (empleo, valor añadido y número de establecimientos) determina, por un lado, qué sectores son los más significativos dentro del tejido industrial de la economía española, y por otro lado, se llega a determinar qué Comunidades Autónomas son las que adquieren mayor peso relativo para cada uno de los sectores industriales.

Palabras clave: Estructura industrial, localización industrial, análisis multivariante.

This piece of work presents an alternative way of analysing industrial structure in Spanish economy. To be precise, research is interested in the aspects of sectorial productive structure and geographical specialization. Thanks to the so-called multiple criteria technique, optimization programmes can be accessed, which take into account the variables considered as most relevant: employment, value added and number of industrial establishments, as a starting point. These programmes, on the one hand, can ascertain which sectors are the most significant within the industrial fabric of spanish economy. On the other hand, they succeed in determining which regions attain a major relative weight in each of the industrial sectors.

Key words: Industrial structure, industrial localization, multivariant analysis.

ANA URRACA RUIZ

PATRONES SECTORIALES DE CAMBIO TÉCNICO EN LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

Este artículo presenta el patrón sectorial de innovación de la economía española en el cual los sectores son agregados de acuerdo con especificaciones comunes sobre el desarrollo de los procesos de innovación y de la actividad productiva, sobre los cuales intervienen los

regímenes tecnológicos y la estructura industrial como elementos que guían el ritmo de cambio técnico sectorial. Para ello se utiliza la Encuesta de Estrategias Empresariales del Ministerio de Industria en 1991 y una batería de indicadores propuestos por la literatura. Los resultados obtenidos se asemejan en gran medida a los registrados en otros países (Italia y Gran Bretaña) aportando soporte empírico a los planteamientos teóricos realizados en esta línea de trabajos.

Palabras clave: Patrones de innovación, cambio técnico sectorial, regímenes tecnológicos, concentración, tamaño.

This paper aims to elaborate a sectoral pattern of technical change for the Spanish industry. For that, the sectors are classified according to specificities in the development of its innovation and production processes. This approach includes also the role played by technological regimes and industrial structure characteristics as elements that determinate the nature and rate of technical change in sectors and firms. The data base is the Survey of Firm Strategies in 1991 and a set of indicators proposed by the literature. The results offer empirical support to the theoretical works developed in this line.

Key words: Patterns of innovation, sectoral technical change, technological regimes, concentration, size.

JOSÉ D. VICENTE LORENTE

INVERSIÓN EN INTANGIBLES Y CREACIÓN DE VALOR EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA ESPAÑOLA

Este trabajo analiza el impacto de las inversiones en recursos tecnológicos, reputacionales y humanos sobre los resultados de un panel de empresas españolas cotizadas en los mercados de valores. Estos recursos son considerados estratégicos por el «enfoque de la empresa basado en sus recursos» (EEBR), dada la limitada movilidad que se deriva de las distintas imperfecciones que caracterizan a sus mercados. No obstante, son esas mismas imperfecciones las que dificultan su valoración. Para profundizar en esta cuestión se analizan los posibles problemas derivados del uso de medidas contables y de mercado en la aproximación a las rentas generadas por recursos tecnológicos, reputacionales y humanos utilizando dos medidas contables (rentabilidad económica y financiera) y una de mercado (ratio «valor contable / valor de mercado» de los fondos propios). Los resultados empíricos confirman que la medida rentabilidad basada en valores de mercado aproxima el valor de los intangibles de manera más robusta y fiable que las medidas contables alternativas.

Palabras clave: Competencia imperfecta, activos intangibles, inversiones, medida, resultados empresariales.

This work examines the impact of investments in technological, reputational and human resources on the performance of a panel of Spanish firms quoted in the stock markets. These resources are labeled as strategic by the so-called «Resources-based view of the firm» as their markets have imperfections which impede their mobility. Nevertheless, such market imperfections also difficult their valuation. To look into this question, potential shortcomings of accounting and market measures of technological, reputational and human resources are analyzed by using two accounting measures of performance (ROI and ROE) and the «market-to-book equity» ratio. The empirical results confirm that the market-based measure is a better approximation to the value of intangible resources than its accounting counterparts.

Key words: Intangible assets, investment, measurement, firms performance, imperfect competence.

MIGUEL ANGEL SASTRE CASTILLO / EVA MARÍA AGUILAR PASTOR

UN MODELO DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL BASADO EN LOS RECURSOS HUMANOS

El presente trabajo realiza un análisis del factor humano como fuente generadora de ventaja competitiva a partir de un modelo general que trata de englobar las diferentes variables explicativas de la misma. Para ello, se consideran, en primer lugar, aquellos aspectos que tienen una repercusión directa sobre los costes laborales unitarios, que constituyen uno de los principales componentes de la estructura de costes empresariales. Posteriormente, se recogen factores relacionados con la generación de habilidades y conocimientos, dentro del concepto de capital humano, que permiten lograr la diferenciación, y constituyen un elemento distintivo en el contexto de una economía global.

Palabras clave: Competitividad, capital humano, costes laborales, formación en la empresa.

The objective of the present work is to analyse the human factor as a source of competitive advantage. Firstly, the variables related to work costs are presented as one of the main components of the firm's total costs. Besides, in order to understand the way in which firms reach differentiation, variables related to the concept of human capital (abilities and knowledge) are analysed.

Key words: Industrial competitiveness, human capital, labor costs, enterprise learning.

JOSÉ MANUEL CABELLO GONZÁLEZ / ANALÍA MABEL CANO CAPURRO

UN MÉTODO PARA LA RESOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE IMPACTO AMBIENTAL EN LA INDUSTRIA DEL CEMENTO

Se plantea un modelo que permite a los agentes decisores, decidir sobre la aceptación de un determinado proyecto, incluyendo el impacto ambiental del mismo, y utilizando para ello un método que incorpora las preferencias de los agentes económicos y sociales implicados en dicho proyecto. Se concreta el estudio en un proyecto del sector del cemento, aunque es viable su generalización y se emplean las técnicas de decisión multicriterio discretas (PROMETHEE).

Palabras clave: Gestión ambiental, evaluación de proyectos, impacto ambiental, Promethee, industria del cemento.

In this paper we present a model to aid the decision maker to decide the acceptance of a project, including its environmental impact. We join the preferences of the economics and social agents involved in the project. We have developed this method in the cement sector and using discreet multicriteria decision techniques (PROMETHEE).

Key words: Environmental management, projects evaluation, environmental impact, Promethee, cement industry.

CARMEN MARTÍNEZ MORA

DETERMINANTES EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES. CASOS DE ESTUDIO EN ALICANTE

En este artículo se presentan los resultados de un estudio de casos correspondientes a PYMES de la provincia de Alicante, para analizar las causas del proceso de internacionalización llevado a cabo en cada uno de ellos. Se pretende comprobar en qué medida el análisis económico existente, desde el enfoque de la teoría de la Organización Industrial, puede explicar adecuadamente dicho comportamiento o si existen algunas teorías que lo hacen particularmente mejor que otras.

Palabras clave: PYMES, internacionalización, exportación, inversión directa en el extranjero (IDE).

A cases-study of several small and medium firms sited at the Alicante province has been performed in order to analyse which reasons have caused their internationalization process. The main objective is to test if current theories, from the view point of the Industrial Organization, are sufficient to explain such process or there are some theories that are more useful to describe them.

Key words: Small and medium firms, internationalization, export, foreign direct investment.

ALEJANDRO MOLLÁ DESCALS / ANDREU BLESÀ PÉREZ

DECISIONES DE MARKETING DE LOS DISTRIBUIDORES Y CRITERIOS DE ELECCIÓN DE NUEVOS PROVEEDORES. UNA APLICACIÓN AL SECTOR AZULEJERO

El presente trabajo fija su atención en los criterios considerados por el distribuidor en la elección de nuevos proveedores. Su objetivo es identificar los criterios de elección de proveedor que utilizan los distribuidores y si dichos criterios obedecen a decisiones relacionadas con su estrategia de marketing. Para validar el modelo presentado se realiza una encuesta dirigida a los responsables de compras de empresas de distribución de pavimento y revestimiento cerámico. Los resultados del análisis factorial permiten concluir que los criterios utilizados por los distribuidores se agrupan correspondiéndose con las decisiones de aprovisionamiento, comunicación, posicionamiento, precio y márgenes, surtido y servicios.

Palabras clave: Distribución comercial, proveedores, marketing de compras, industria de azulejos.

This work is focused on the criteria considered by the distributor in the choice of new suppliers. Its objective is identifying choice criteria of suppliers used by distributors and finding out if these criteria are rooted in decisions related with their marketing strategy. In order to validate the model that we present, it has been carried out a questionnaire addressed to the purchases managers of tile distribution companies. The results of the factorial analysis allow us to conclude that the criteria used by distributors are clustered in terms of the supply, communication, positioning, price, margins, assortment and services decisions.

Key words: Commercial distribution, suppliers, marketing purchase, tile industry.

CARLOS FLAVIÁN / YOLANDA POLO

PERFILES DE RIESGO Y RESULTADOS EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

En este artículo se analiza la relación entre estrategia y resultados tomando como referencia el caso del comercio detallista español. En particular, se estudia si los grupos estratégicos identificados en dicho sector presentan diferencias significativas en los niveles de resultados que obtienen, en el nivel de riesgo que asumen al desarrollar su estrategia y, finalmente, se analiza si ajustando el resultado obtenido por el riesgo asumido las diferencias entre grupos están presentes. El trabajo pone de manifiesto que existen claras diferencias de resultados entre los grupos estratégicos identificados, apreciándose éstas con menor claridad en el nivel de riesgo y en el resultado ajustado por el riesgo. No obstante, entre las alternativas perfiladas en el trabajo se aprecia la existencia de estrategias dominantes, ya que algunas conducen a un mayor resultado y simultáneamente a un nivel de riesgo menor.

Palabras clave: Grupos estratégicos, resultado empresarial, gestión del riesgo, distribución comercial.

In this paper, we analyse the relationship between strategy and performance, taking the Spanish retail food sector as a reference. In particular, we study whether the strategic groups identified in that sector present significant differences in the performance obtained and in the level of risk assumed. Finally, we analyse whether, when the performance is adjusted by the supported risk, these differences are present. This paper shows that there are clear performance differences between the identified strategic groups, with such differences being less evident in the supported risk and in the performance adjusted for risk. However, from amongst the alternative strategies outlined in the paper, we find certain dominant strategies, in that, some of these lead to superior performance and simultaneously to lower levels of risk.

Key words: Strategy groups, business performance, risk management, retailing.

Los índices y abstracts de *Economía Industrial* se incluyen en las bases de datos e índices «on line» de la *American Economic Association* y en su publicación especializada ECONLIT, editada por el *Journal of Economic Literature*. A la consulta de sus 200.000 registros, entre los que se encuentran 300 revistas —100 de fuera de Estados Unidos—, recurren estudiantes, investigadores y profesores de todo el mundo económico.

Los índices y abstracts de *ECONOMÍA INDUSTRIAL* están disponibles en la red Internet, en la dirección www.mcyt.es/revista_ei