

La industria del automóvil tiene tanta importancia en nuestro país que cualquier ocasión es oportuna para incorporar a la literatura económica reflexiones y análisis sobre el comportamiento y estrategia de la misma. Esa importancia viene avalada por su contribución a la economía nacional: Superior al 5 por 100 del PIB y un 11 por 100 del valor añadido bruto industrial, sólo precedida por la industria alimentaria. Unas magnitudes tan notables que han generado un incremento del empleo sectorial cercano al 8 por 100 en la década final del siglo pasado.

Siendo muy importante, esta contribución a la producción industrial y al empleo no es la más brillante de la industria española del automóvil a la economía nacional. Su aportación más sobresaliente ha sido a la balanza de pagos, al encabezar las cifras de comercio exterior desde hace muchos años, siendo el sector industrial que contribuye en mayor medida a equilibrar la balanza comercial.

Vuelve, pues, la industria del automóvil a la portada de Economía Industrial de la mano de su importancia, que la posiciona de modo central en nuestra economía como productora de riqueza, como factor estratégico de innovación, como generadora de empleo, y como punta de lanza de nuestra balanza de pagos. En esta ocasión, Economía Industrial ha valorado la oportunidad de haber reunido seis trabajos que analizan otros tantos casos interesantes del mercado y la industria de producción de automóviles.

María José Moral Rincón suscribe el primero de los artículos referidos a casos del mercado. Examina la alta rotación de modelos que entran y salen del mismo con el objetivo de contrastar si esta dinámica obedece a la existencia de ciclos de vida en los modelos. Partiendo de una novedosa base de datos, construida a partir de la "Guía del comprador de coches" y de la evolución de las matriculaciones ofrecidas por ANFAC, la autora comprueba la existencia de esos ciclos, dependientes del tiempo de permanencia de los modelos en el mercado, así como que estos ciclos de vida difieren según el segmento y si el fabricante produce en España.

El permanente interés de los economistas por estudiar por qué un mismo producto se vende a distintos precios tiene una justificación evidente en el mercado del automóvil. **Manuel González Díaz** y **Luis Vázquez Suárez** estudian en un trabajo los factores determinantes de la dispersión de precios observada en distintos modelos. Sobre la base de una investigación propia, estos autores han contrastado una relación positiva y estadísticamente significativa entre la dispersión de precios de los diferentes modelos y las asimetrías de tamaño de los concesionarios de una misma red comercial. Ni el esfuerzo en publicidad realizado por la marca ni la calidad de los automóviles parecen afectar a la dispersión de precios.

El tercero de los trabajos referidos al mercado arranca de la necesidad de definir un posicionamiento, tanto de la empresa como del producto que oferta en el mercado, que permita plantear las adecuadas estrategias futuras. **J. Enrique Bigné Alcañiz** y **Natalia Vila López** comparan el posicionamiento del fabricante y de su producto y dejan constancia de la disparidad, entre profesionales del sector y compradores de coches consultados, sobre la forma de percepción respecto de una misma marca. Su conclusión es que se requiere analizar en profundidad el marco de competencia para poder definir, tomando como eje los competidores más relevantes en cada caso, la posición de la empresa y el de cada uno de sus productos.

También son tres los artículos relacionados con aspectos de la producción. **José Ignacio Pradas Poveda** ha trazado en el primero de ellos un panorama de la productividad de la industria española, en el que examina su trayectoria entre 1989 y 1999. La consolidación de unas altas cotas de productividad es el factor más importante entre los que justifican la excelente competitividad de las empresas españolas de automoción. El Autor estudia el comportamiento, fábrica por fábrica, describiendo la aportación a sus mejoras proveniente del cambio en la organización del trabajo, las inversiones, y la eficiencia productiva en general.

Uno de estos cambios de impacto en la eficiencia productiva es el de la producción flexible que analizan, referido a la industria auxiliar en Aragón, **Ángel Martínez Sánchez** y **Manuela Pérez y Pérez**. Entre las estrategias de producción flexible, inspiradas en la industria japonesa, que examinan los autores figuran la reducción y simplificación de componentes, la flexibilidad organizativa a través de herramientas tecnológicas, la reestructuración del sistema de proveedores, y la internacionalización de compras. El trabajo recoge los resultados de una encuesta a 28 fabricantes auxiliares de automoción de Aragón.

Uno de los factores más influyentes en la eficiencia del sistema productivo es la posición logística. El comportamiento de ésta, en tanto que soporte de gestión eficiente del flujo de materiales y aplicado al subsector de componentes de Automoción, es objeto de estudio por **Luis Eugenio Carretero Díaz** y **Luis Miguel Delgado Estirado**. Su conclusión es que los principios de producción ajustada generan tantos más beneficios a las empresas auxiliares de automoción españolas cuanto más compenetrada aparece su logística con la gestión de la cadena de suministro.

Más amplia de lo habitual, la sección de "Otros Temas" incluye en este número ocho trabajos de contenido diferenciado y multidisciplinar.

Escribe el primero **Mercé Sala Ríos**, que presenta una alternativa de análisis de la estructura industrial de la Economía Española, centrandose su interés tanto en la estructura productiva sectorial como en la vertiente de la especialización territorial. A través de la técnica multicriterio, la autora determina los sectores más significativos de la industria española y qué Comunidades Autónomas adquieren mayor peso relativo en cada uno de ellos.

También se relaciona con la industria el trabajo que firma **Ana Urraca Ruiz**, quien elabora un patrón sectorial de innovación de la industria española, en el que los sectores se agrupan por afinidades en el desarrollo de los procesos innovadores. En conjunto, este patrón de la industria española permite a la autora establecer su semejanza con los de la británica e italiana.

Un tercer trabajo, referido también a la industria, analiza el impacto de las inversiones en intangibles (tecnologías, reputación y recursos humanos) sobre los resultados de las empresas cotizadas. **José D. Vicente Lorente** expone los posibles problemas de medición suscitados por el uso de medidas contables (rentabilidad económica y financiera) y de mercado (ratio valor contable/valor de mercado de los fondos propios) para concluir que la medida de rentabilidad basada en valores de mercado aproxima el valor de los intangibles mejor que los procedimientos contables alternativos.

Miguel Angel Sastre Castillo y **Eva María Aguilar Navarro** subrayan en otro artículo la importancia de los recursos humanos como factor de competitividad empresarial. Entre las variables explicativas de la eficiencia empresarial basadas en el factor humano destacan, junto a los costes laborales unitarios, la generación de habilidades y conocimientos, de tanta incidencia en la diferenciación del producto, estableciendo una comparación internacional.

El conflicto entre criterios económicos y de conservación del medio ambiente, cuando de afrontar un proyecto industrial se trata, es objeto de atención en un artículo de **José Manuel Cabello González** y **Analia Mabel Cano Capurro**. Proponen estos autores un método que facilita a los decisores elegir la opción que incorpora las preferencias de los agentes económicos y sociales. El método se concreta en la industria del cemento, aunque tiene viabilidad generalizada para otros ámbitos industriales.

Distintas teorías y enfoques del análisis económico se han venido ocupando de las causas que determinan la internacionalización de las empresas. **Carmen Martínez Mora** sigue la técnica del estudio de casos correspondientes a pequeñas y medianas empresas de la provincia de Alicante. Pretende comprobar hasta qué punto el análisis económico basado en la teoría de la Organización Industrial explica adecuadamente la salida al exterior de las empresas analizadas.

A través de una encuesta entre los responsables de compras de empresas de distribución de pavimento y revestimiento cerámico, **Alejandro Mollá Descals** y **Andreu Blesa Pérez** estudian la identificación de los criterios de elección del proveedor utilizados por los distribuidores y si obedecen a la estrategia de marketing. El resultado es que dichos criterios se agrupan en correspondencia con las decisiones de aprovisionamiento, comunicación, posicionamiento, precio y márgenes, surtido, y servicios.

El último de los artículos incluidos en este número estudia el por qué de las diferencias en sus resultados entre empresas que compiten en una misma industria. Esta constante de la economía industrial y del management estratégico es analizado por **Carlos Flavián** y **Yolanda Polo** referida a la distribución comercial española. En el trabajo se pone de manifiesto claras diferencias de resultados entre los grupos estratégicos identificados, difuminándose éstas en el nivel de riesgo y en el resultado ajustado por el riesgo.