

# INTRODUCCIÓN

**E**l sector de la automoción se enfrenta a un entorno caracterizado por un contexto de mercados globalizados, procesos de consolidación, cambios tecnológicos –en algunos casos de carácter radical–, e innovaciones en la logística y en los sistemas de información y comunicación. Es una industria que ha generado corporaciones virtuales, resultantes del establecimiento de redes, temporales o no, entre empresas independientes, unidas mediante tecnologías informáticas para compartir costes, destrezas y acceso a los mercados. Aunque podamos pensar que es una industria madura, que en Europa adolece de sobrecapacidad, el sector de automoción siempre será un referente para los cambios en el mundo empresarial y un ejemplo para el resto de la industria, como en su momento lo fue Ford y más tarde lo ha sido Toyota.

En la actualidad, el sector se enfrenta a dos retos. Uno, coyuntural, derivado de la crisis económica y financiera que vivimos y que está teniendo inmediatas consecuencias negativas, a pesar de que se han venido tomando medidas de impulso de la demanda que han tenido un efecto paliativo en la evolución a corto plazo del sector. El otro reto no es tan coyuntural y está motivado por la necesidad de cambiar el actual modelo de negocio y producción, caracterizado por la especialización, la externalización de actividades y la sobrecapacidad, por otro modelo que permita mantener la competitividad (ahorro de costes laborales, mayor productividad del trabajo y menores precios) mediante el desarrollo de innovaciones y la adaptación a los nuevos retos energéticos.

Sin embargo, este último cambio no es tan sencillo, y menos cuando aún no se han materializado las bases de la recuperación económica. En todo caso, al sector le queda mucho recorrido hasta reorganizar su capacidad en términos de tecnologías y energías dominantes, un trayecto en el cual tendrá un papel fundamental la cooperación en redes. Por tres motivos: los costes del desarrollo de nuevos productos cada vez son más altos, el movimiento de progreso técnico es progresivamente más rápido y la empresa no consigue elevar el ritmo de aprendizaje de sus recursos humanos. La importancia de las redes empresariales se pone de manifiesto al comprobar como la eficiencia se obtiene, actualmente, a través de la especialización, que genera economías de escala y desarrolla capacidades dentro de cada unidad.

La externalización, unida tradicionalmente a procesos de bajo valor en la cadena productiva, está ahora identificada con procedimientos de gran valor añadido, como industrias intensivas en tecnologías, centros de I+D, avanzado diseño industrial, gestión del conocimiento, análisis de negocios, etc. Ya no es sólo un proceso de búsqueda de eficiencia, sino de flexibilidad y mejora continua en métodos productivos para sobrevivir en mercados globales y adaptarse a la demanda en entornos rígidos, como es el caso de la Europa continental, para afrontar la descomposición y reconfiguración del desarrollo del negocio. El caso paradigmático se da entre los fabricantes de componentes.

De igual modo, tanto por la proximidad geográfica como por las relaciones formales e informales de sus agentes, los *clusters* juegan un papel clave como espacios de creación e innovación empresarial, han facilitado la integración local de las grandes multinacionales del automóvil y ac-

túan como redes externas, permitiendo que los actores del *cluster* identifiquen oportunidades y recursos fuera de sus límites geográficos.

Bajo la coordinación de la profesora **María Ángeles Montoro Sánchez**, esta monografía pretende ofrecer una panorámica de la situación y perspectivas de la industria del automóvil a través de once trabajos, realizados por veintitrés expertos de doce instituciones diferentes que recogen las principales tendencias del sector. El número se inicia con una presentación a cargo de **Jesús Candil Gonzalo**, Director General de Industria quien, tras describir la situación del sector a nivel global y en España en particular, recoge las iniciativas puestas en marcha por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para mejorar la competitividad de nuestro país bajo el denominado Plan Integral de Automoción, implantado a través del desarrollo del Plan de Competitividad del Sector de Automoción, las actuaciones puntuales del Plan de Fomento de la Competitividad de Sectores Estratégicos Industriales, el Plan 2000E y la apuesta y empuje en el desarrollo de los vehículos híbridos y eléctricos. Como conclusión, Jesús Candil Gonzalo destaca la necesidad de mantener la competitividad de España en esta industria mediante la inversión en innovación y la apuesta por energías renovables.

La monografía se ha dividido en cuatro bloques. El primero de ellos presenta las principales características actuales y de futuro del sector y se inicia con un artículo elaborado por **Francisco Javier García Sanz**, Presidente de Anfac y Vicepresidente mundial de compras de VW, en el que describe la situación actual de la industria en España y los principales retos de los fabricantes para mantener a medio y largo plazo la capacidad productiva instalada en nuestro país. A este respecto, señala la necesidad de influir en elementos de competitividad como la logística, la I+D+i, los temas sociales, la fiscalidad, etc., y especialmente en la apuesta por el vehículo eléctrico y su infraestructura asociada.

Cierran este bloque **María Belén Rey Legidos**, profesora de la Universidad Complutense de Madrid, y **Jesús Prado Mascuñano**, del Instituto Nacional de Estadística, con un artículo en el que ponen de manifiesto el peso importante del sector automovilístico en España mediante un análisis de la oferta y la demanda. Revelan la importancia de esta última para el desarrollo y evolución positiva de esta industria y, en concreto, la necesidad de conservar el nivel de las exportaciones para mantener la producción interior.

El segundo bloque analiza las principales tendencias del sector, muy en concreto la globalización y la localización. Le abre **José Antonio Bueno**, de Europraxis, quien describe el panorama de los distintos mercados en los que puede dividirse el mundo del automóvil y analiza las causas, efectos y diferentes medidas para hacer frente a la presente crisis. Dentro de una referencia a la situación actual, el autor menciona el protagonismo del coche eléctrico como factor de un cambio de ritmo sectorial.

Por su parte, **María Ángeles Montoro Sánchez**, de la Universidad Complutense de Madrid, junto a **Eva María Mora Valentín** y **Marta Ortiz de Urbina Criado**, de la Universidad Rey Juan Carlos, trazan una panorámica descriptiva de las fusiones, adquisiciones y alianzas puestas en marcha durante las últimas décadas por los fabricantes de automóviles a nivel mundial. Sus conclusiones enlazan con algunos de los argumentos del artículo anterior, en la medida en que este tipo de operaciones permitirá reducir la sobredimensión del sector, como en el caso de Europa, necesaria para una recuperación y reorientación de la industria de la automoción.

Tres trabajos posteriores se centran en el análisis de la localización, especialmente de los fabricantes de partes y componentes y en la concentración geográfica de la actividad. **Jesús Fer-**

**nando Lampón, Xosé H. Vázquez y José Manuel García-Vázquez**, de la Universidad de Vigo, centran su atención, en el primero de ellos, en las causas de la deslocalización empresarial del sector auxiliar del automóvil y comparan la rivalidad interna entre subsidiarias europeas de una misma multinacional con la externa, procedente de otras empresas del sector en España. De acuerdo con sus resultados, la productividad es un criterio más importante que la rentabilidad a la hora de guiar las decisiones de deslocalización.

Por su parte, **Leticia Blázquez Gómez, Carmen Díaz Mora y Rosario Gandoy Juste**, de la Universidad de Castilla-La Mancha, analizan los cambios en la localización y especialización acaecidos en la industria de automoción europea durante las últimas décadas. Su análisis pone de manifiesto la relevancia de esta industria en el contexto mundial y que el avance experimentado por el comercio de partes y componentes, junto con el hecho de que la mayoría del comercio del sector tenga un carácter intra-regional, revelan la existencia de importantes redes de producción europeas. Asimismo, la creciente competencia de los países emergentes, junto con la ampliación europea y la eliminación de barreras a los intercambios, han llevado a una reorganización geográfica de la cadena de valor, en la que estos nuevos países miembros aparecen como potenciales destinos de la localización de determinados segmentos del proceso productivo.

En el último artículo de este apartado, el grupo de trabajo conformado por **Ricardo Aláez Aller, Juan Carlos Longás García, Miren Ullibarri Arce, Javier Bilbao Ubillos, Vicente Camino Beldarrain y Gurutze Intxaurburu Clemente**, de la universidades Pública de Navarra y del País Vasco, examinan el papel de los *clusters* y su impacto como herramienta de política industrial o regional orientada a la mejora de los niveles de competitividad del sector de automoción en la Unión Europea. Su estudio identifica y caracteriza 51 agrupaciones de *cluster* de automoción comprobadas en la Unión Europea y analiza las mejores prácticas valoradas por las propias organizaciones como las más eficaces en su trayectoria reciente. Entre ellas, destacan la dinámica de cooperación en actividades de I+D e innovación y el intercambio de información.

El tercer bloque recoge realidades específicas en la cadena de valor, como son, por un lado, la propuesta de la plataforma tecnológica de automoción de los fabricantes de componentes y equipos, presentada por **José A. Jiménez Saceda**, Director General de Sernauto. Se trata de un instrumento de desarrollo de las empresas de automoción en España que ha posibilitado reunir no solo a los diferentes actores implicados (empresas, centros tecnológicos, organismos públicos de investigación y universidades), sino también servir de instrumento de desarrollo y seguimiento de sus iniciativas para crear una cultura de innovación y una línea de trabajo común, con el fin de aumentar la competitividad de las empresas ante los nuevos retos, mediante la investigación, desarrollo e innovación en productos y procesos.

Por otro lado, **Giorgio Zanarone**, profesor del Colegio Universitario de Estudios Financieros, en su análisis de los contratos de distribución de automóviles, nos muestra el reparto de los derechos de decisión entre fabricantes y concesionarios. Su trabajo pone de manifiesto cómo los fabricantes toman, unilateralmente y en determinadas ocasiones, costosas decisiones para los concesionarios, sin comprometerse formalmente a cubrir sus costes. Los contratos de distribución reparten los derechos formales de decisión entre las partes como mecanismo para controlar o minimizar la tentación de los fabricantes de incumplir su compromiso informal.

Y en el cuarto bloque se recoge el particular caso de estudio de China, donde la profesora **Yingying Zhang Zhang**, también del Colegio Universitario de Estudios Financieros, describe, por un lado, la evolución y desarrollo emergente del sector desde la perspectiva de los fabricantes de automóviles y como estos pueden ser fuente de oportunidades, así como las implicaciones

para las empresas automovilísticas españolas. El mercado chino está ahora más atractivo que nunca, por tratarse de un país con un creciente volumen de negocios, basado en una economía sostenida, y donde hay un gran interés por parte de las empresas automovilísticas chinas por participar en el mercado global. Todo esto puede interpretarse como una fuente de oportunidades para las empresas españolas que aspiren a entrar al mercado chino y cooperar con las compañías locales en su proceso de internacionalización, sobre todo desde un mercado competitivo como es el europeo.

**E**ste número, se cierra con la habitual sección de otros temas, que en este caso incluye dos trabajos. El primero, a cargo de **Eva Medina Moral**, de la Universidad Autónoma de Madrid, y de **Vicente J. Montes Gan**, Técnico Comercial y Economista del Estado, que examinan el papel determinante en el desarrollo económico de la actividad emprendedora mediante la creación y la consolidación empresarial. Su análisis empírico permite identificar las naciones que alcanzaron un notable éxito en las prácticas de desarrollo humano, libertad económica, democracia y gobernanza, así como determinar los obstáculos más relevantes contra la actividad emprendedora en los países con un mayor dinamismo y que, por tanto, deben constituir una prioridad para favorecer el desempeño económico de las naciones menos avanzadas. Sus resultados muestran que las barreras al desarrollo de la iniciativa privada aún son bastante importantes.

En el segundo artículo de este último apartado, **Alvaro Gómez Vieites** y **José Luis Calvo González**, de la Universidad de Educación a Distancia, estudian las relaciones entre I+D, innovación y resultados empresariales a partir del sector productor de equipamiento eléctrico, electrónico e informático en España. Sobre la base de la Encuesta de Estrategias Empresariales, el resultado aportado por los autores sugiere que la carencia de cultura innovadora condiciona las actividades de I+D y, a partir de ella, también de la innovación y de los resultados de las empresas.