LA GLOBALIZACIÓN

●●●mente al fondo de inversiones Cerberus, pasó a ser controlada por Fiat después de la intervención del Gobierno estadounidense que no desapareciera.

La fusión de Daimler y Chrysler marcó un hito, aunque antes ya había tenido lugar la compra de Rover por BMW, después de que esta marca alemana hubiera sentido las mismas necesidades que impulsaron a Daimler a llamar a la puerta de Chrysler. También en este caso el matrimonio fue de corta duración, al no ser capaces los ejecutivos alemanes de hacer funcionar según sus esquemas a los británicos de Rover, que acumularon pérdida tras pérdida en este periodo. El resultado es que BMW vendió Rover a un fondo de inversiones llamado Phoenix, que después de fallidos intentos de asociarla con una empresa china, acabó cediéndola a una de ellas al quebrar y venderse sus activos.

El reverso de la moneda lo constituye la alianza de Renault y Nissan, apenas posterior a la fusión de DaimlerChrysler. Hasta el punto de que Renault debió esperar a que Nissan, contactada antes que Mitsubishi por el nuevo grupo germanoamericano, terminara con ellos sus conversaciones. La clave del éxito de esta alianza radica en que Renault sacó consecuencias de un primer intento de alianza con Volvo. La arrogancia francesa arruinó la relación con sus aliados suecos.

Con Nissan, Louis Schweitzer, el hombre que tuvo que salvar los restos del naufragio con Volvo (que ha concluido con una alianza en el negocio de los camiones), tuvo especial cuidado. Tras asumir una participación de control del 36%, envió a Japón a su segundo, Carlos Ghosn, que, además de su valía como gestor, tenía la ventaja de no ser francés.

La evolución política y económica de diferentes zonas ha sido también motivo de fusiones, absorciones y compras. Por ejemplo, la caída del comunismo abrió posibilidades en los países de Europa del este, donde sólo Rusia está intentando preservar AutoVaz, aunque está participada por Renault y tiene acuerdos con GM. En el resto de la región, la checa Skoda fue adquirida por el Grupo Volkswagen; la rumana Dacia, después de una negociación de años, pasó a Renault, y la coreana Daewoo se adueñó de las polacas FSO y FSI y de la rumana Olcit.

Posteriormente, la crisis asiática dejó tocadas a las empresas de los principales países emergentes. En Corea, Hyundai acabó absorbiendo a Kia, mientras que Daewoo hacía lo mismo con SsangYong antes de quebrar. La mayor parte de los activos de Daewoo se los quedó un consorcio liderado por GM en el que participan la japonesa Suzuki y la china Saic. SsangYong fue a parar a manos de Saic. De las fábricas que Daewoo había adquirido en Europa, las polacas han pasado a UkrAuto, que produce para GM, y la rumana a Ford.

Aunque los fabricantes aseguran que pasó el tiempo de las fusiones, sus dirigentes tienden a contradecirse asegurando que grupos que no alcancen producciones anuales de cuatro millones de unidades pueden tener dificultades en el futuro. Por eso, no sólo se van a producir acuerdos de desarrollo y producción. Surgirán alianzas como la de Renault y Nissan, o la que inician Fiat y Chrysler. En cambio, no parece que la posible entrada de Magna como socio de Opel, la filial europea de GM, pueda tener mucho recorrido.

CHINA/DE LA NADA AL TODO

En China se ha desarrollado un fuerte sector industrial basado en asociaciones de fabricantes locales que, salvo en contadas excepciones, son propiedad estatal o de las autoridades municipales o provinciales. Producen coches en sociedad con fabricantes occidentales, japoneses o coreanos. En paralelo, estos fabricantes están desarrollando su propia tecnología, partiendo de la de coches ya descatalogados por fabricantes de países desarrollados cuyos derechos compran. Especial atención merece lo que pueda salir de Saic, que ha terminado asumiendo todos los activos de la antigua Rover –excepto la posibilidad de emplear esta marca aunque sí MG– que tenía una tecnología avanzada. Más incipiente está la industria en India pese a los esfuerzos de Tata. Aunque con la compra de Land Rover y Jaguar accede a ténicas de vanguardia.

FRANCISCO JAVIER GARCÍA SANZ
PRESIDENTE DE ANFAC Y MIEMBRO DEL COMITE EJECUTIVO DE VOLKSWAGEN

Un puzle sin respuesta

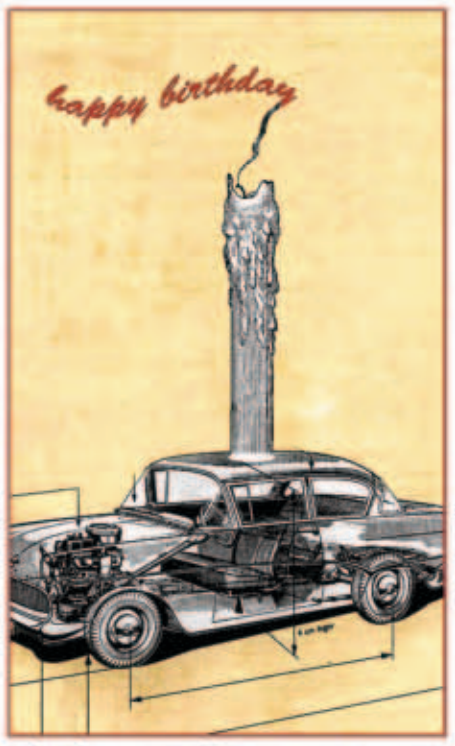
En estos 20 años que cumple ahora el diario EL MUNDO, la industria del automóvil ha experimentado cambios significativos, que la han convertido en una pieza clave tanto de la economía de los países desarrollados como de la calidad de vida de sus ciudadanos.

En Europa emplea, tanto directa como indirectamente, a 12 millones de personas, e invierte anualmente cerca de 20 billones de euros en investigación y desarrollo. Es una de las principales fuentes de ingresos fiscales para los distintos gobiernos europeos, con una recaudación total de cerca de 400 billones de euros. En España, las cifras del automóvil también muestran su importancia, ocupando aproximadamente a dos millones de personas y suponiendo casi el 20% del total de las exportaciones del país.

La situación de crisis, siendo una crisis global, ha tenido diversa incidencia en cada uno de los países y en los distintos sectores de actividad. En España, como consecuencia del *pinchazo* inmobiliario y del fuerte estancamiento de las fuentes de crédito, la economía española ha ido entrando en recesión y la tasa de paro se ha incrementado notablemente, factores muy importantes en la decisión de compra de bienes de consumo duradero, como son los automóviles.

El automóvil ha sufrido especialmente estas circunstancias. Ante la gravedad de la situación, el Gobierno español, junto con el sector, ha realizado esfuerzos para sacar adelante a la automoción, cuyo peso en la generación de empleo y riqueza de nuestro país es muy significativo.

En el aspecto comercial, el pasado 18 de mayo se puso en marcha el denominado Plan 2000E de incentivos directos a la compra de vehículos. Los primeros días de funcionamiento del Plan nos hacen pensar que tendrá un efecto muy positivo sobre las matriculaciones de turismos. Creemos que permitirá, en este año, crear una demanda adicional de más de 100.000 vehículos, lo que ayudará a suavizar la caída que está sufriendo el mercado español. Con este plan, España se ha situado a la vanguardia de Europa y demuestra el compromiso del Gobierno hacia el sector de automoción.



En la parte industrial, España cuenta en la actualidad con un sector de automoción muy desarrollado y en primera línea mundial en cuanto a niveles y diversidad de producciones. España exporta más del 85% de los vehículos que se producen en nuestro país. Esta circunstancia ha hecho que las factorías españolas incrementen los ritmos productivos como consecuencia de los planes de incentivo directo que se han puesto en marcha en los principales mercados europeos. Con estas medidas europeas y la contribución del Plan 2000E, estamos seguros de que las cifras de producción a finales de año mostrarán una caída mucho menor de la esperada a principios de año.

No obstante, hay que decir que será difícil recuperar las cifras de fabricación de hace unos años, que se situaban algo por encima de los tres millones de unidades. La fuerte competencia de países de menores costes nos sitúa en un futuro con perfiles menos favorables si no se consigue avanzar en todos los ámbitos que determinan la competitividad.

En este punto, hay que hacer referencia al Plan Integral de Automoción, aprobado a principios de año. Se trata de un documento de política general que contiene medidas a medio y largo plazo, necesarias para la competitividad de la industria. Hay distintos aspectos a desarrollar, como la logística, una pieza clave de mejora de la competitividad de la industria española de automoción. Los últimos cambios introducidos en el Ministerio de Fomento denotan una mayor sensibilidad hacia el transporte de mercancías y una política más decidida hacia la mejora de las infraestructuras.

Por lo tanto, sigo insistiendo en que las claves para seguir atrayendo inversiones son: el crecimiento del mercado nacional, una mejora de la rentabilidad y el mantenimiento de un entorno competitivo que permita incrementar la flexibilidad y eficiencia de nuestras fábricas.

Por último, la protección del medio ambiente es y será un objetivo permanente de la industria del automóvil. Las compañías automovilísticas han tomado conciencia desde hace muchos años de que la protección de nuestro entorno constituye un factor estratégico para el desarrollo. Una mayor sensibilidad de los compradores de coches a favor de unas determinadas prestaciones medioambientales dentro de un marco fiscal adecuado orientará eficazmente las demandas de los consumidores.

Además, si desde el punto de vista de la I+D+i, las administraciones públicas competentes contribuyen al desarrollo de programas de innovación adecuados a las cuantiosas inversiones realizadas por los fabricantes de vehículos y de componentes, obtendremos una ventaja competitiva de indudable valor para el futuro del sector.

En definitiva, el sector de automoción español, a pesar de estar pasando por momentos complicados, tiene la oportunidad de salir reforzado de esta situación para continuar siendo uno de los actores principales en el contexto mundial y europeo de la automoción.