

IRRIBARRE EGITEN AL DU AUTOMOBILGINTZA SEKTOREAK?

Posted on 24/02/2011 by Naider

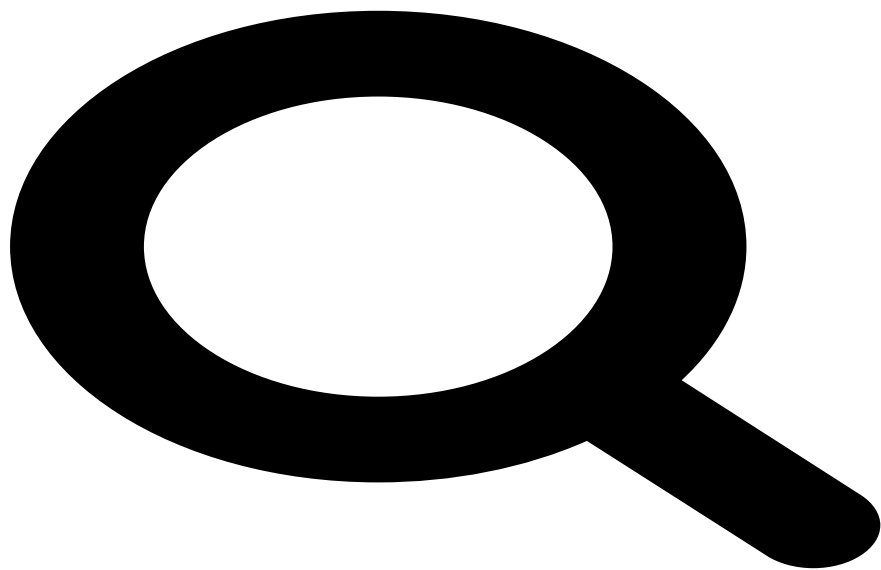


"Automobilgintza gaztea da" < /strong>. Erreklamazio hau [Michel Freyssenet](#)k egin du, [CNRS](#) frantsesa Valladoliden 2011ko otsailaren 15ean [Mugikortasun jasangarriaren eta ibilgailu elektrikoaren jardunaldia Valladoliden](#). Ez dezagun kopeta zimurtu, Txinako merkatua hazten ari da, non 10 urtean merkatu globalaren tamaina lortu baitu 80 urteren ondoren. Eta hazkunde hori ez da gelditzen. India, Txina eta sortzen ari diren merkatuak presente eta etorkizunean daude dagoeneko automobilgintzaren sektorean. Mendebaldeko enpresek egon nahi duten etorkizuna.

Europak eta AEBek moda berriak gustuko ez dituzten bi agure bezala jokatzen dute. Eta euren arrazoiak dituzte. Freyssenet-ek adierazi zuenez, oso litekeena da **automozio sektorean teknologian eta negozio- eta antolakuntza-ereduan bat-bateko haustura** bat izatea, besterik gabe: auto elektrikoan, Asiako enpresek. hobeto lehiatu eta horren aldeko apustua egingo dute ziur. McKinsey-k bere analisisan hitz egiten du [Txinako joera globalak aplikatzea: autoindustriaren begirada bata. agertoki posibleen artean. Horietan guztietan Txinak izango du protagonismoa. Mendebaldeko agenteek presa egin behar dute.](#)

Zer eginkizun izango du Espainiako automobilgintzak agertoki honetan? Nire ikuspuntutik balio-katean duen kokapenaren eta segmentu berriak okupatzeko duen gaitasunaren arabera da neurri handi batean. Kudeaketa Estrategikorako eta Globalizaziorako Zentroko irakaslea [Kopenhageko Negozio Eskolan](#). a>, [Torben Pedersen](#)ek, Espainiako automobilgintzaren sektorerako aplikazio interesgarri baten kontzeptua aurkeztu zuen, [Balio-katearen irribarrea](#), edo gaztelaniaz **Balio-katearen irribarrea** deitu genezakeena.

Eredu horren arabera, **balio erantsia handiagoa da balio-katearen hasierako eta azken segmentuetako jardueretan**. Hau da, diseinu, logistika eta hornikuntza jardueretan, hasieran; eta marketin- eta marka-jardueretan, kalitate-kontrolean eta ontzietan, amaieran. Horrek esan nahi du jarduera horiek direla, eta ez fabrikatzaileenak, lurraldearentzat balio handiena sortzen dutenak.



Zoritxarrez, **Espainian automobilgintzaren sektoreko enpleguaren zati handi bat balio gutxiko jarduera horietan ordezkatuta egongo litzateke**, deslokalizazioak larriki mehatxatuta dauden jardueretan. Irribarrea, beraz, itzaltzen da Espainian.

Automobilgintzaren sektorerako etorriko den lehiakortasun-eredu berrian, **Espainiak balio handieneko segmentuetan kokatzen jakin behar du** eta horren arabera da milaka lanpostu mantentzea eta sortzea. Auto elektrikoaren etorrerak eta mugikortasun jasangarriaren kontzeptu are zabalagoa **aukera hori zabaltzen du Espainiako mugikortasun jasangarriaren industria**

berrirako.

Mugikortasun jasangarriak negozio-aukera interesgarriak eskaintzen ditu automobilgintzarako (mugikortasun elektrikoa, etab.), baina baita beste garraiobide batzuetarako (garraio publikoa), garraioari aplikatutako IKTetarako eta, ez dezagun ahaztu, berrikuntza ez teknologikoetarako: antolakuntzarako, enpresarako. , eta hiri garapena. Segur aski, mugikortasun jasangarriaren kontzeptu berri horretan dago Espainiako enpresek zeregin zabalagoa dutela eta garapen ekonomikorako aukerarik onenak daudela.

Hori dela eta, eskualdeko Garapen Agentziek prestatutako auto elektrikoen garapen planetako askok analisi sakonago bat galdu egiten dute, sortuko den tokiko industria mota, eragile eta jarduera motak eta eskualdeko edo nazioko berrikuntzak duen eginkizuna definitzen duena. sistemak jokatu beharko luke.

Etorkizunean ez ditugu berriro autoen torlojuak estutu beharko, motor elektrikoa badute ere, ezta?

Creative Commons goiburuko irudia [Aussiegall](#)

There are no comments yet.