¿SONRÍE EL SECTOR DE AUTOMOCIÓN?

Posted on 24/02/2011 by Naider

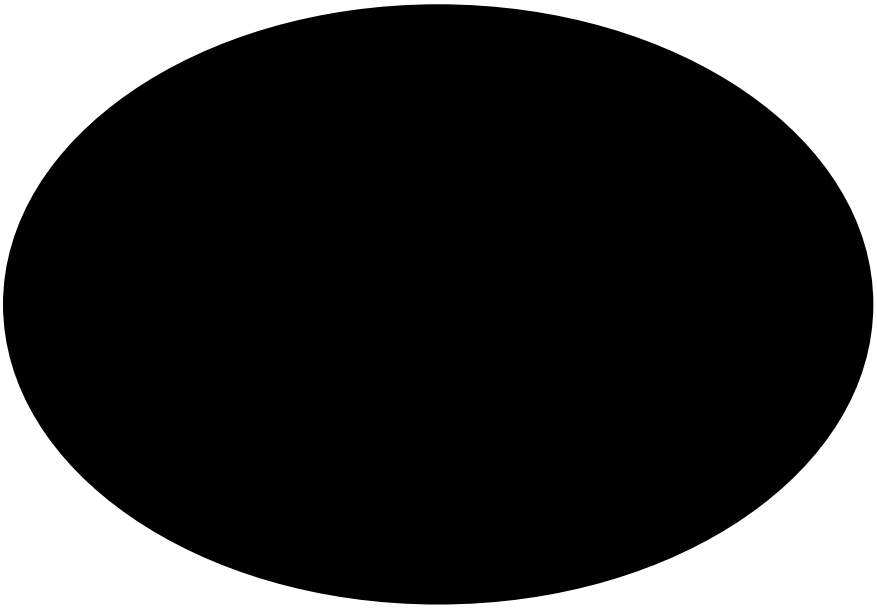


"El sector de automoción es joven". Esta aseveración la realizó Michel Freyssenet, director de investigaciones delCNRS francés en Valladolid el pasado 15 de Febrero de 2011 en la jornada de Movilidad sostenible y vehículo eléctrico en Valladolid. No frunzamos el ceño, el mercado chino crece a tal ritmo que ha logrado en 10 años tener el tamaño que el mercado global tras 80 años de existencia. Y este crecimiento no para. India, China y los mercados emergentes son ya presente y futuro del sector del automóvil. Un futuro en el que las empresas occidentales quieren estar.

Europa y EEUU actúan como dos viejecitos al que no les gustan las nuevas modas. Y tienen sus motivos. Tal y como apuntaba Freyssenet es muy probable que tenga lugar una **brusca ruptura tecnológica y del modelo de negocio y organizativo** en el sector del automóvil simplemente por un hecho: en el coche eléctrico las empresas asiáticas pueden competir mejor y seguramente van a apostar por ello. McKinsey habla en su análisis Applying global trends: A look at China's autoindustry de los posibles escenarios. En todo ellos China tendrá un papel protagonista. Los agentes occidentales deben apresurarse.

¿Qué papel tendrá la industria de automoción española en este escenario? Desde mi punto de vista depende en gran medida de su posicionamiento en la cadena de valor y de su capacidad de ocupar nuevos segmentos en ésta. El profesor del Center for Strategic Management and Globalization de la Copenhagen Business School, Torben Pedersen, presentaba un concepto de interesante aplicación al sector de automoción español, *The Smiley of the Value Chain*, o lo que podríamos denominar en castellano la **Sonrisa de la Cadena de Valor**.

Según este modelo, **el valor añadido es mayor en las actividades de los segmentos iniciales y finales de la cadena de valor**. Es decir, en las actividades de diseño, logística y aprovisionamiento, al inicio; y en las actividades de marketing y marca, control de la calidad y empaquetamiento, al final. Esto quiere decir que son esas actividades, y no las más manufactureras, las que generan un mayor valor para el territorio.



Desafortunadamente, **gran parte del empleo en el sector de automoción en España estaría representado en esas actividades de bajo valor**, actividades que están seriamente amenazadas por la deslocalización. La sonrisa se desdibuja por lo tanto en España.

En el nuevo modelo competitivo que está por venir para el sector de automoción **España ha de**

saber posicionarse en los segmentos de mayor valor y de ello depende el mantenimiento y generación de miles de empleos. La llegada del coche eléctrico y del concepto aún más amplio de movilidad sostenible **abre esa oportunidad para una nueva industria española de la movilidad sostenible**.

La movilidad sostenible presenta interesantes oportunidades de negocio para la industria de la automoción (movilidad eléctrica, etc) pero también para otros modos de transporte (transporte público), para las TIC aplicadas al transporte y, no lo olvidemos, para innovaciones no tecnológicas: organizativas, de negocio, y de desarrollo urbano. Es seguramente en este nuevo concepto de movilidad sostenible donde las empresas españolas tienen un papel más amplio que jugar y donde existen las mejores oportunidades de desarrollo económico.

Es por ello que en muchos de los planes de desarrollo del coche eléctrico elaborados por las Agencias de Desarrollo regionales se echa de menos un análisis más profundo que defina el tipo de industria local que se desea generar, el tipo de agentes y actividades y el rol que deberá jugar el sistema de innovación regional o nacional.

No deberíamos estar en el futuro apretando los tornillos de los coches de nuevo, por mucho que estos tengan un motor eléctrico, ¿no?

Imagen de cabecera Creative Commons de Aussiegall

There are no comments yet.