

A2. Sector Industrial

Situación y perspectivas de la Industria de Automoción y de las TICs.

La industria del automóvil: visión general, características principales y evolución histórica

Programa Ejecutivo en Vehículo Eléctrico: Retos y Nuevos Modelos de Negocio

2011

PROFESOR
FERNANDO ACEBRÓN
Director Técnico ANFAC



Esta publicación está bajo licencia Creative Commons Reconocimiento, Nocomercial, Compartirigual, (by-nc-sa). Usted puede usar, copiar y difundir este documento o parte del mismo siempre y cuando se mencione su origen, no se use de forma comercial y no se modifique su licencia. Más información: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

Índice

1. LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL EN EL MARCO MUNDIAL. EVOLUCIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.
2. LA GLOBALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL
3. RETOS ECONÓMICOS

1. LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL EN EL MARCO MUNDIAL. EVOLUCIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.

- Una industria de 100 años de existencia.

Víctima de su propio éxito:

- 600 millones de vehículos.
 - 77 millones de vehículos producidos al año.
 - 75 millones de vehículos vendidos al año.
- La movilidad de personas y mercancías, base del éxito de la industria del automóvil.
 - Una revolución social e industrial.
 - Desarrollo económico, empleo.
 - Factores negativos.
 - Congestión.
 - Contaminación
 - CO₂.
 - Ruido
 - Desarrollo de la industria de la automoción en los grandes países industriales.
 - USA, Japón, Europa.
 - Desarrollo a nivel nacional.
 - Creación de las primeras empresas multinacionales.
 - USA. Inversión en Europa.
 - Japón. Exportación. Industria auxiliar integrada.
 - La industria de automoción como excusa para los países de desarrollo medio en los procesos de industrialización.
 - Proteccionismo de la industria de automoción.

- Protecciones arancelaria y no arancelaria al comercio internacional.
- Liberalización del comercio internacional.
- Revolución de los sistemas productivos. La industria de la automoción líder (cadenas de montaje, *just-in-time*, etc.).
- Las relaciones laborales en el mundo de la automoción.
 - Flexibilidad y productividad.
 - Políticas sociales avanzadas.
 - Intensiva en mano de obra: Deslocalización
- Evolución de grandes empresas nacionales hacia las multinacionales.
- Evolución y adaptación de la industria de partes y componentes.
- En 1.960: 50 constructores.
En el año 2.000: 15 constructores.
En el año 2015: 8 constructores ¿?
- Crisis Financiera y Económica Global: especial influencia en el Sector.

2. LA GLOBALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL.

- ¿Qué se entiende por industria global?
 - Fabricación - Fábricas atienden demanda regional-mundial.
 - Mercados - Regionalización.
 - Productos - Plataformas.
- La situación actual. La globalización de la industria.
- Cifras de producción mundial.
- Ventas de las grandes empresas de la automoción.
- La industria de la automoción por zonas geográficas.
- Tendencia a la globalización.
 - Otras fórmulas de colaboración entre fabricantes e industria auxiliar - *Partenariado*.
- El por qué de la globalización.
 - Exceso de capacidad instalada. (20 millones de unidades)
 - Reducción y racionalización de costes.
 - Necesidad de penetración en los nuevos mercados emergentes (Asia/China, Mercosur, Europa Central y Oriental).
 - Estancamiento de los mercados tradicionales.
 - El mercado de reposición (USA, Japón y Unión Europea).
 - Más nichos y tipos de modelos de vehículos (UE: 50 marcas, con 250 modelos y 3.000 versiones).
 - Productos de países en desarrollo (China, India, etc.) vendidos en mercados maduros (UE y EEUU): competencia desleal, restricciones al libre mercado, regulación europea,...
 - Necesidad de desarrollo de nuevos modelos de forma más rápida.

- Acortamiento generalizado de ciclos:
 - diseño-fabricación
 - pedido-entrega
- Mayor colaboración en el I+D con la industria auxiliar
 - Diseño de grandes conjuntos.
- Proceso de fusión y globalización en la industria auxiliar del automóvil.
- El tratamiento fiscal del automóvil, factor de competitividad.

UE 255.000 millones de Euros = facturación de los fabricantes.

USA 25 %

Japón 55 %

- La logística un factor clave de competitividad.
- Otros factores (Precio M.O., formación, idiomas, cercanía principales mercados, ayudas UE): Riesgo de deslocalización.
- La distribución y venta de vehículos.
 - El marketing y la distribución, un tercio del coste del vehículo
 - Margen para actuación.
 - La vida útil del coche como cadena de valor añadido.
 - Venta de coches nuevos.
 - Financiación y seguros.
 - Servicio post-venta.
 - Recambios.
 - Operaciones de mantenimiento.
 - Vehículos de ocasión.
 - Reciclado.
- El consumidor progresivamente estará más interesado en que se le dé un servicio de movilidad individual vía el vehículo y menos interesado en la propiedad física del mismo.
- Tendencias de la distribución.
 - Balance positivo del sistema selectivo y exclusivo de distribución.
 - Nuevo Reglamento de distribución.
 - Tendencia a la creación de concesionarios más grandes.
 - Pérdida de la exclusividad territorial.
 - Franquicias de diferentes fases del negocio. (ej. VO reparaciones rápidas).
 - Megadealers multimarcas con nombre propio.
 - Utilización de Internet
 - Información al cliente.
 - Conexión cliente/concesionario.
 - Concesionario/fabricante.

- Cliente/fabricante (compra directa).
- Limitaciones a la venta a través de Internet.
- Diversificación de los canales de distribución.
- Utilización de la tecnología de Internet para procesos de producción y compras. Grandes portales web de comunicación con proveedores. Red ENX de comunicación Fabricante - Proveedor
 - Reducción de costes.
 - Acortamiento de los periodos de lanzamiento de nuevos modelos.
- Caso europeo.
 - Necesidad de la convergencia fiscal para que sea realidad el mercado único.
 - Revisión del marco legal actual: situación.