

The government launches a shock plan to cope with the automotive crises (Original: "La Generalitat lanza un plan de choque para frenar la crisis del motor"), *Expansión*, 11/22/2007

Expansión

Empresas

La Generalitat lanza un plan de choque para frenar la crisis del motor

creará un grupo de trabajo para apoyar al sector en los procesos de reestructuración

Los expertos reunidos en las jornadas del IESE resaltan la necesidad de potenciar la innovación y especializarse en algún segmento del negocio para salir airoso de la dura competencia del mercado.

La Generalitat quiere frenar la oleada de reestructuraciones que azota a su industria del automóvil: va a lanzar un plan de choque, que podría ser replicado en otras comunidades, para apoyar a las empresas que más sufren las reestructuraciones. Éstas han afectado a más de 2.000 trabajadores este ejercicio y han provocado el cierre de algunas fábricas emblemáticas como las de Mercedes -Benz o Frapac Behr en Barcelona.

"Vamos a crear un grupo de trabajo en el que trabajarán empresas, la administración y los sindicatos para analizar las situaciones de reestructuración de las compañías y estudiar cómo pueden recolocarse los trabajadores afectados", anunció ayer Antoni Soy, secretario de Industria de la Generalitat, durante la inauguración del XXII Encuentro del Sector del Automóvil, organizado por la escuela de negocios IESE.

Se trata del segundo intento de la Administración catalana, después de que fracasara la mesa sectorial de la automoción durante la pasada legislatura, cuando Josep María Rañé ocupaba la Consejería de Trabajo e Industria.

La Generalitat trata de que Nissan y Seat, los dos fabricantes que tienen plantas de automóviles, se sumen al proyecto, según fuentes sindicales, aunque Soy descartó ayer que vayan a participar en un primer momento.

El gran objetivo del responsable de la política industrial de la Generalitat es evitar el cierre de empresas y la pérdida de capital, potenciar la I+D y atraer los centros de decisión a la Península.

Innovación

Los expertos reunidos en las jornadas coincidieron en la necesidad de apostar por la innovación y la especialización. "Los fabricantes que han sido capaces de ser muy innovadores, como Toyota que ha apostado por la tecnología híbrida con el Prius, logra rentabilidades del 9,1% cuando la media del sector ronda el 5,4%", subrayó Andreas Cornet, de la consultora McKinsey.

"Un productor pequeño como Porsche, pero muy rentable por ser el mejor en hacer coches superdeportivos, es capaz de hacerse con el control de VW, el mayor fabricante alemán y de Europa", destacó Christopher Kummer, de Webster University, como ejemplo de gran exitosa especialización.

Fiat, el fabricante que más éxito ha tenido en los últimos dos años, desveló ayer, por boca del máximo responsable de la marca, Lorenzo Sistino, que una de las claves ha sido "reducir el ciclo de vida de los coches y racionalizar la gama centrándonos en los productos Fiat que se más se venden". La firma se ha centrado en el desarrollo de utilitarios urbanos, su gran especialidad, y cuyo última incorporación es el nuevo 500.

Las estrategias de los fabricantes

Mitsubishi quiere salir a flote

En 2004, el grupo invirtió 5.000 millones de euros para revitalizar la marca. Tim Tozer, presidente del grupo en Europa, explica que el 35% de los directivos 'senior' abandonaron la empresa en los primeros doce meses del plan estratégico a tres años.

La empresa implementó varias medidas orientadas a mejorar la eficiencia. La reducción de costes de márketing en Europa aportó un ahorro de 30 millones de euros. Entre otras medidas, Mitsubishi redujo de 150 a 7 los modelos que se comercializaban en Francia, según Tozer.

La compañía también optó por centrarse en su 'core business' y vendió sus distribuidores en España, Suecia, Dinamarca y Suiza, lo que le permitió mejorar su cash flow.

"Las claves del éxito en el sector de la automoción son hacer las cosas lo más simple posible, centrarse en los resultados y reducir la burocracia", concluyó.

La clave de la resurrección de Fiat

Fiat ha protagonizado la resurrección más espectacular en la industria del automóvil en Europa. Hace tres años, era una empresa abocada a la crisis permanente y, actualmente, es la compañía que lidera el crecimiento del mercado europeo de turismos. Entre enero y octubre, vendió un 7,3% más de coches, hasta 1,065 millones de unidades, por un alza del 0,3% del conjunto del mercado.

"La clave ha sido apostar por un producto de calidad y racionalizar la gama de coches, centrarnos en nuestros productos que más se vende", subrayó el máximo responsable de la marca Lorenzo Sistino. Fiat ha apostado por ser el gran especialista en utilitarios urbanos, con las nuevas versiones del Punto, Panda y 500.

La empresa también ha abierto 250 nuevos concesionarios propios en Europa en los últimos años para tener un contacto directo con los clientes en las ciudades más grandes.

La clave de la resurrección de Fiat (4619018) | Página 13