

## BALANCE Y PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL

### Récords en matriculación, producción y exportación

La relevancia del sector de automoción en España parece difícil de negar. Con una contribución del 5 por 100 al Producto Interior Bruto y del 8 por 100 al empleo, produce más de 2,8 millones de vehículos, lo que le convierte en la primera actividad industrial de nuestro país, y genera más de la cuarta parte de las exportaciones totales.

En 1999 el mercado español "ha ido muy bien", en palabras del presidente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC) al hacer balance del pasado ejercicio, y se han vendido 1,4 millones de unidades, con un crecimiento interanual del 18 por 100, mientras que las exportaciones crecían un 3,6 por 100 hasta los 1,8 millones de unidades, gracias a los vehículos industriales. El favorable entorno económico, especialmente en lo que respecta al crecimiento de la renta disponible, a la reducción de los tipos de interés y a la mejora del clima de confianza, ha permitido incrementar el ritmo de renovación del parque español, fuertemente envejecido durante la crisis de los primeros años noventa.

Entre las razones de este aumento del 18 por 100 en las matriculaciones de coches, hay que destacar el importante crecimiento que han tenido las versiones diesel, que por primera vez representan el 51 por 100 del total y que han crecido un 25 por 100 sobre el año anterior, y el segmento de coches pequeños, que significa el 75 por 100 del mercado total, así como las ventas realizadas a empresas, que han crecido un 20 por 100. Además, el mercado de vehículos todo terreno también ha alcanzado un récord, cerrando el ejercicio 1999 con más de 94.200 unidades matriculadas y una tasa del 31 por 100 sobre el año 1998.

La mayoría de las fábricas funcionan a tres turnos, pero la producción prácticamente no ha crecido. Sin embargo, para este año 2000 se esperan unas ventas interiores de 1,5 millones de automóviles, con un incremento del 6 por 100. Respecto al exterior, el mercado europeo no va a crecer y, por tanto, nuestras exportaciones tampoco, por lo que la fabricación tenderá a estabilizarse.

Aunque en estos momentos España es el tercer productor europeo y el quinto mundial, las perspectivas no son tranquilizadoras porque el 80 por 100 de nuestra producción se vende en los mercados europeos y los grandes grupos instalados en Europa reparten en diferentes puntos de la geografía continental la producción de la gama de productos, según estrategias industriales preestablecidas. Y aunque el sector de la automoción español está enormemente desarrollado e integrado en el conjunto del de la Unión Europea y tiene un nivel muy alto en cuanto a proveedores, procesos productivos y cualificación de la mano de obra, el carácter periférico de nuestro país en dicha área y el hecho de que las empresas del sector tengan un carácter multinacional, hacen que la competitividad de nuestra industria sea el criterio básico para mantenerse en los niveles actuales.

Como explicaba el presidente de ANFAC, Juan Antonio del Moral, al hacer balance del pasado ejercicio, nuestra industria automovilística tiene dos características diferenciales con respecto a Europa. La primera, una diferencia de costes laborales por asalariado a nuestro favor, ya que aún son menores en nuestro país. La segunda, es la diferencia en gastos logísticos y transportes que resultan superiores, ya que el 75 por 100 de nuestras ventas va a Europa y hay que trasladar los vehículos a esos mercados, de donde, además, se tienen que

importar componentes también mediante transporte.

Por otro lado, una inflación superior a la media europea va reduciendo nuestra ventaja competitiva en costos laborales, al tiempo que el transporte es cada vez mas caro, especialmente por los precios de los combustibles, con lo que se va ampliando el diferencial de costos.

Tampoco hay que olvidar que en la Unión Europea hay un exceso de capacidad de producción y que el crecimiento del mercado no puede ser muy grande salvo en aquellos países con menor desarrollo, del Centro y del Este de Europa, que se van a incorporar a no tardar, y que geográficamente están muy próximos a los principales mercados europeos, y que en los últimos años ya están recibiendo las inversiones de las empresas del sector. También hay que tener en cuenta que, dada la apertura comercial del mercado europeo, se espera una mayor penetración de fabricantes de terceros países, especialmente de Japón y Corea.

Pero es que, además, en el caso europeo no se debe hablar de exportaciones en sentido estricto, sino que debemos referirnos a entregas intracomunitarias. En el caso de España, los principales países destinatarios de las mismas son Francia, Alemania, Reino Unido e Italia, que, en conjunto, suman las tres cuartas partes de estos intercambios comerciales. Las exportaciones a terceros países fuera de la Unión Europea apenas superan el 10 por 100 del total de las mismas, quedando un resto del 5 por 100 que destinamos a países fuera de nuestro continente.

La patronal de los fabricantes cree que el objetivo general de mantener un mercado interior en torno a 1,5 millones de turismo matriculados al año es deseable y posible, porque nuestro mercado doméstico todavía tiene una capacidad de crecimiento superior al de otros países comunitarios, con mercados muy maduros. Téngase presente que España tiene un grado de motorización (porcentaje de automóviles por habitante) de 390 coches por cada 1.000 habitantes, todavía inferior a la media de la UE (447). Otro factor es la reducción a dos años de la moratoria impuesta por Bruselas para la jubilación de la gasolina super (en enero de 2002), que debe traer aparejada una actualización del parque, que contabiliza 3,7 millones de vehículos que utilizan este tipo de carburante.

Estas dos características (menor grado de motorización y cambio de combustibles obligatorio) podrían asegurar la fortaleza del mercado interno y limitar los avatares de otros mercados externos.

Otra asignatura pendiente del sector automovilístico es la existencia de una fiscalidad diferente con respecto a nuestros competidores directos, ya mencionados, Francia, Alemania, Reino Unido e Italia. En estos países el tratamiento impositivo que recibe un coche se asemeja a cualquier otro bien de consumo duradero, como una lavadora o un frigorífico, mientras que en el nuestro se grava la compra de un automóvil nuevo con un impuesto adicional, como es el Impuesto de Matriculación. No es lógico siendo un país productor que el tratamiento fiscal sea distinto al de estos países fabricantes de nuestro entorno europeo.

Las marcas que más turismo matricularon en nuestro país el pasado ejercicio fueron Renault, que superó las 200.000 unidades, con un aumento del 22 por 100, Seat con 164.000, seguida de cerca por Opel. Los modelos más vendidos fueron el Renault Mégane con 100.100 ejemplares y el Citroën Xsara con 84.000 unidades.

### El decálogo

De cara a la próxima legislatura, la asociación de fabricantes ha hecho algunas sugerencias que, en su opinión, debiera recoger el partido político que gane las elecciones generales de marzo, para que España siga siendo el tercer productor europeo, con todo lo que significa en actividad, empleo e inversiones.

Estas medidas se resumen en un decálogo que trata de los temas que más la preocupan para encarar la primera década del siglo XXI. Estas reivindicaciones son:

- La movilidad de personas y mercancías es un factor básico de competitividad, progreso y generación de empleo, por lo que las políticas que se instrumenten deben propiciar el ejercicio del derecho a la movilidad.
- Un mayor esfuerzo inversor en nuevas infraestructuras, en los elementos que potencien la intermodalidad del transporte y en la conservación y mejora de lo existente, posible porque

la aportación que hacen los usuarios por carretera a los ingresos fiscales se acerca a los 3 billones de pesetas, siendo así que las inversiones en este capítulo se sitúan alrededor de los 700.000 millones.

— Una política que favorezca la mejora de los costes logísticos de su actividad industrial para mantener la competitividad, ya que por las características geográficas periféricas de nuestro país, nuestra industria soporta un extracoste de 50.000 pesetas por unidad producida aquí.

— Mantenimiento de la fiscalidad al uso de los medios de transporte, especialmente de los combustibles, por debajo de la media europea, para sostener la competitividad.

— Equiparación de la fiscalidad de la compra de vehículos respecto a los principales países productores europeos y, en concreto, la supresión del Impuesto Especial de Matriculación.

— Rechazo de cualquier transferencia de los Impuestos Especiales relacionados con la automoción a las Comunidades Autónomas que implique un riesgo de ruptura de la unidad de mercado, especialmente dañina cuando se tiende a una armonización fiscal europea.

— Adopción sin prórroga de las Directivas comunitarias en materia de calidad de combustible, que permita cumplir los compromisos de la industria en materia de emisiones y limitaciones de consumo y CO<sub>2</sub>. El cumplimiento de esas Directivas exige la utilización de combustibles de mejor calidad.

— Una política más decidida de renovación del parque, con una mayor flexibilidad y aumento de la subvención del Programa Prever existente hasta las 120.000 pesetas y la adopción de otras medidas específicas incentivadoras que faciliten la eliminación de la gasolina con plomo.

— Ordenación del sector de desguaces y aplicación de la Directiva sobre vehículos fuera de uso en estrecha colaboración con el sector, las Comunidades Autónomas y el Ministerio de Medio Ambiente.

— Una mejora en el cumplimiento de las exigencias de la Inspección Técnica de Vehículos (ITV) con las consiguientes ventajas en materia

medioambiental y de seguridad vial, ya que cerca de dos millones de vehículos no pasan la inspección técnica periódica obligatoria.

## Tendencias

Hasta aquí las peticiones del sector de automoción, para mantener a España en el actual ciclo expansivo. Pero quizás es oportuno destacar en una prospectiva, que las tendencias internacionales van hacia las fusiones o adquisiciones de los grandes fabricantes. Ello es debido a que, como los coches tienen cada vez un menor periodo de vida, es necesario crear economías de escala asociándose con otras marcas en otras zonas geográficas o para cuestiones de desarrollo de nuevos productos, lo que se puede hacer siguiendo estrategias diferentes (desde la compra simple a la *joint-venture*). En esta línea hay que anotar que en el último año se han producido muchos movimientos que siguen y la compra de fabricantes de automóviles japoneses y coreanos, aprovechándose de sus apuros financieros, se ha convertido en la prioridad estratégica de las marcas europeas y americanas.

El pistoletazo de salida lo dio Renault hace un año cuando compró el 37 por 100 de Nissan, el segundo fabricante nipón, que había sido uno de los más temidos gigantes del sector, pero que se encontraba altamente endeudado. Por su parte, General Motors, el mayor fabricante de coches del mundo, aumentó en el último año su participación en Isuzu hasta el 49 por 100, en Suzuki hasta el 10 por 100 y compró el 20 por 100 de Subaru, aparte de suscribir un convenio con Toyota, con quien comparte una fábrica en Estados Unidos, para desarrollar un proyecto concreto (un motor de pila de combustible).

Pero esta guerra se ha extendido a Corea, donde General Motors y Ford se disputan Daewoo Motor, el segundo fabricante coreano de automóviles, cuya compra les daría el liderazgo mundial del sector. También anotar el interés de Renault por adquirir los activos de Samsung Motor, uno de los fabricantes de coches más pequeños de Corea, pero integrado en uno de los mayores grupos industriales de esa península asiática.

Mientras europeos y americanos atacan en Japón y Corea, las compañías líderes de aquellos

países están tomando medidas de reacción. Toyota, el líder nipón que matriculó 1,6 millones de vehículos en 1999, ha centrado su estrategia en crecer en Europa, mientras que Hyundai, el primer grupo coreano, estudia sus movimientos de futuro, una vez que parece que ha quedado descartado para comprar Daewoo.

### Una breve encuesta

La importancia del sector de automoción, su peso económico y su dinámica, han aconsejado solicitar su opinión a los propios intérpretes de esta actividad industrial.

*Cuadernos de Información Económica* se ha dirigido a los responsables de las principales empresas automovilísticas que operan en España. A todos ellos, y en particular a quienes han tenido la gentileza de contestar al breve cuestionario que, con carácter puramente orientativo, les fue sometido, la Fundación de las Cajas de Ahorros les expresa la sincera gratitud por su colaboración.

El lector interesado encontrará, en las páginas siguientes, el texto del cuestionario y el contenido íntegro de las respuestas recibidas.

### CUESTIONARIO

**1. En su opinión, ¿cuál es el balance de la industria del automóvil en el año 1999?**

**2. A la vista del momento actual, ¿cuáles son las perspectivas del sector para el año que ahora se inicia?**

**3. ¿Piensa usted que el Plan "Prever" ha tenido o va a tener en el futuro un impacto favorable relevante en la demanda de automóviles?**

**4. ¿Qué efectos considera que va a tener en el sector la próxima supresión de la gasolina super, que viene utilizando un porcentaje importante del parque automovilístico nacional?**

### CARLOS GUTIÉRREZ

Director de Comunicación de Citroën Hispania

1. El año 1999 ha sido francamente positivo

para el sector automovilístico español. El mercado total, es decir, el de vehículos hasta 5 toneladas, ha crecido con relación a 1998 un 18,7 por 100. En este mercado, Citroën ha sido la segunda marca que más vehículos han matriculado, superando las 200.000 unidades. Pero dentro de estas cifras es destacable el hecho de que las ventas a clientes particulares, excluyendo a las compañías de alquiler de vehículos, hayan crecido un 19,4 por 100 respecto a 1998.

Por otro lado, el año pasado se fabricaron en España 2.208.685 turismos, unos 8.000 menos que en el 98, y se exportaron 1.799.714, lo que supone un incremento del 3,4 por 100 con relación a 1998. En 1999, España se ha consolidado como el quinto fabricante del mundo y el tercero de Europa. Nuestro país cuenta con unos de los menores costes laborales europeos, pero con unos gastos de logística y transportes mayores.

2. Nuestras previsiones apuntan a que las matriculaciones del año 2000 van a seguir creciendo, aunque no tanto como lo han hecho en 1999. Esto es algo natural, puesto que las cifras de referencia del 99 son más altas. Nosotros estimamos que el mercado del presente año alcance el millón y medio de turismos matriculados.

Se estima que la producción de turismos de 2000 crezca un 0,9 por 100 con relación de 1999 y que las exportaciones alcancen 1.900.000 vehículos.

3. Yo diría que el Plan Prever ha tenido un efecto importante. Sin embargo, los fabricantes consideramos que para que el Plan "Prever" tenga un efecto realmente relevante, sería necesario, entre otras medidas, aumentar la prima y, para facilitar la baja de vehículos que usan gasolina con plomo, ofrecerla también a aquellos que desean cambiarlo por uno de segunda mano equipado con catalizador.

4. Normalmente, los propietarios de vehículos que usan gasolina con plomo cuentan con economías modestas, por lo que es previsible que exista una tendencia a cambiarlos por coches de segunda mano. En este sentido, es previsible que se vea una dinamización del mercado de coches de ocasión.