

SECTORES DE FUTURO

Arturo GONZALEZ ROMERO
José MENDEZ ALVAREZ

RECIENTEMENTE, y dentro del debate sobre la competitividad, cobra cada vez más fuerza, como elemento de aproximación, el enfoque empresarial.

La experiencia empresarial viene demostrando que el elemento fundamental para profundizar en este análisis no es el país, y tampoco el sector, sino la empresa, puesto que estas unidades son las que compiten en los mercados. Bien es verdad, sin embargo, que no se puede abordar el análisis de la competitividad global de un país estudiándola empresa por empresa, pero sí debe ser posible localizar dentro de éstas aquellos *clusters de empresas competitivas* pertenecientes a sectores diversos que, como una unidad, no sólo compiten favorablemente en el exterior y se consolidan, sino que además constituyen el núcleo dinámico y de futuro del propio sector industrial.

Una vez hecha esta primera consideración, parece claro que el análisis de sectores *de futuro* debe ser muy cuidadoso. Por un lado, porque la determinación de sectores *de futuro* en el ámbito de la política industrial ha sido muy recientemente superada como consecuencia, principalmente, de la constatación de que empresas creadas y potenciadas en estos sectores no han acabado por ser competitivas internacionalmente. Y no sólo eso, empresas no situadas en sectores calificados como *de futuro*, sino en el segmento de tecnologías medias, logran elaborar y desarrollar estrategias de adaptación de su posición competitiva a los nuevos requerimientos del mercado, ajustándose y compitiendo en los mercados internacionales hasta alcanzar niveles de rentabilidad relativamente elevados.

La reciente experiencia española es buena prueba de estos argumentos. La sensibilización, a mediados de los años ochenta, por las nuevas tecnologías animó a la creación de grandes empresas dentro de un sector teóricamente emergente: el electrónico. La realidad internacional, con la existencia de grandes multinacionales con larga experiencia acumulada, obligó a desistir finalmente de tal objetivo y a apostar con mayor intensidad por la informática, en la que los mercados llave en mano posibilitaban la captación de «nichos» de mercado. En otras palabras, se constató que mientras el mercado electrónico era global, con predominio de fuertes multinacionales, el informático se desarrollaba combinando tanto productos estándar y sistemas como aplicaciones específicas.

Por otro lado, porque una aproximación concreta a los sectores *de futuro* obliga a matizar con precisión qué se entiende por sector *de futuro*, cuáles son las

variables que están siendo utilizadas para diferenciar a éstos del resto, y qué alcance pretende la citada clasificación. Atendiendo a esta consideración, en esta breve nota se examinan los sectores *de futuro* desde dos enfoques concretos: en primer lugar, en relación con los previsibles efectos que se van a registrar como consecuencia de la realización del mercado único europeo, y en segundo lugar, en relación con las expectativas de rentabilidad y de crecimiento previsto de la demanda.

El primero de los enfoques se refiere al contexto de la próxima consecución del mercado único europeo. En este marco, van a producirse, y se están produciendo, importantes cambios en el entorno competitivo, en la amplitud de los mercados y en la conducta de las empresas, lo que obliga a éstas a reajustar adecuadamente sus estrategias a fin de afrontar con éxito este reto. Esta modificación de estrategias significa para las empresas alterar sus decisiones en ámbitos tan fundamentales como la inversión, la cooperación, la renovación tecnológica, la comercialización y la calidad. Evidentemente, los cambios que se van a producir no van a afectar de manera igual a empresas y mercados; la especificidad de éstos lo impide, por lo que, en general, la Comisión ha seguido la norma de aplicar las nuevas normativas en materia de desregulación de mercados atendiendo a la clasificación estadística sectorial.

El análisis del impacto que sobre los resultados de las empresas van a tener estos importantes cambios del entorno económico permite una primera clasificación sectorial, y una diferenciación entre sectores que pueden ser calificados como «optimistas» o «pesimistas» ante el mercado único.

Para presentar esta clasificación, aludiremos al estudio por sectores de González Romero y Carrasco (1990), titulado *El mercado interior de la CEE. Perspectivas para la Industria Española* (*), cuyo objetivo era anticipar el impacto del mercado único a partir del análisis de las expectativas empresariales sobre los efectos que aquél va a tener en costes y ventas.

Según este estudio, los sectores que se mostraban más optimistas eran los de cuero; plásticos; madera y corcho; industria textil; productos minerales no metálicos; productos metálicos, y automoción. Los menos optimistas eran los de otro material de transporte; caucho; papel, imprenta y edición, y calzado y vestido. La posición intermedia la ocupaban los sectores de metálicas básicas; industria química; maquinaria y equipo mecánico; maquinaria eléctrica y electrónica, y fibras químicas (el sector de maquinaria de oficina y ordenadores no se citaba por falta de representatividad).

En relación con el segundo de los posibles enfoques de sectores *de futuro* a que hemos hecho referencia, se entiende por éstos aquellos sectores nacientes, con expectativas de alta demanda y que requieren un alto grado de innovación, razón por la cual se inician en los mercados más desarrollados para irse trasladando posterior-

mente, a medida que los mercados para sus producciones entran en fase de maduración, hacia las regiones y países donde existen factores con costes más bajos.

La globalización de los mercados y los espacios económicos abiertos obligan a prestar la mayor atención al binomio empresa/actividad de futuro, al perder fuerza los conceptos de sector y de país.

Si bien es verdad que nuevas actividades de género diverso han creado expectativas de demanda muy elevadas, como es el caso reciente en los mercados electrónico, informático, de biotecnología, de nuevos materiales y, sobre todo en estos momentos, en el de medio ambiente, también hay que reconocer que estos sectores han actuado como catalizadores para la modernización de otros, que han evitado así su maduración. Este hecho se puede constatar en el sector aeronáutico, o de automoción, sectores que están configurados de diferentes maneras en distintos países. Así, algunos países desarrollados han mantenido estas actividades industriales gracias a la incorporación de CAD-CAM, a la introducción de nuevos materiales y a la generación de una fuerte carga de servicios de alto valor añadido, fruto de la incorporación de nuevos materiales al producto y de la aplicación de la electrónica y la informática a los procesos. Por el contrario, otros países han pasado a operar desde el punto de vista del ensamblaje de automóviles, debido al menor coste del factor de mano de obra y al acercamiento a la demanda territorialmente más próxima, sin hacer uso de las actividades de más alto valor añadido.

Así pues, la alta intensidad de capital de los llamados sectores *de futuro*, resulta ser una *mix* de capitales tecnológicos y humanos, provistos de «*quantums* sectoriales», que lo hacen más complejo. La composición del capital induce, pues, un incremento significativo en el coste de los servicios facturados, constituyéndose este coste en un factor fundamental para la evaluación de los activos en sectores como el aeroespacial, el aeronáutico y el microelectrónico. Esta es una razón más a favor de que, actualmente, resulte más práctico abordar los *clusters* de empresas industriales y estudiar sus posibilidades que recurrir a hacer estudios tan restrictivos como resultarían en este contexto los sectoriales.

Por otra parte, un sector denominado *de futuro* no es otra cosa que una nueva oportunidad, donde no todas las empresas se colocan con las mismas posibilidades de salida. La oportunidad no se puede medir en función de los países, pero sí en función de las empresas. Lo que sí es verdad es que dos o tres empresas pueden cambiar la configuración del sector y, estadísticamente, mejorar las condiciones del *cluster* en el conjunto en el que opera.

A continuación, se analizan brevemente algunos de los sectores a los que se ha hecho referencia. Por lo que se refiere al sector electrónico e informático, su despegue se produce a través de empresas norteamericanas,

dado que allí se inició el proceso de I+D. Con esta ventaja de partida, las empresas norteamericanas lanzaron sus productos al mercado. La estrategia de las empresas japonesas ha sido de «seguimiento al *leader*» y desarrollo de tecnologías de aplicación, lo que les ha permitido, mucho más tarde, llegar a ser competitivas en las tecnologías fuente. Así, Toshiba, Sony, Fujitsu, Hitachi y otras compañías han logrado liderar mercados, mientras multinacionales tradicionales, como Philips e IBM, se han visto obligadas a revisar sus estrategias. En el campo de los equipos de telecomunicación, grandes grupos, como ITT, se han quedado en el camino.

El nacimiento del sector del automóvil tiene lugar en Europa, pero su consagración como industria tiene lugar en EE.UU. mediante la aplicación de los métodos de un empresario, Henry Ford. Aun siendo una industria con suficiente carácter de permanencia desde que se produjo su entrada en los mercados, los sectores *de futuro* se han ido integrando tanto en el proceso como en el producto, de manera que el *cluster* automoción es, actualmente, amparado en su dinamismo, un sector *de futuro* en Japón, y un sector amenazado por la competitividad en Estados Unidos y el Sur de Europa.

El medio ambiente surge como una demanda social a la que se debe aplicar todo el dominio de tecnologías disponibles, ya que se trata de una actividad global. La demanda se origina en las regulaciones obligatorias, que trasladan el mandato de la sociedad de operar en condiciones medioambientales admisibles. A partir de aquí, se generan «nichos» de mercado en todas las esferas de actividad, lo que dinamiza extraordinariamente las actividades posibles de oferta en este mercado. Los *clusters* medioambientales poseen así múltiples polarizaciones, y la estrategia empresarial es la que debe definir qué «nicho» atender y qué estrategia seguir.

Los países que con mayor celeridad demandaron y establecieron medidas de protección del medio ambiente, y aquellos que las han aplicado con mayor rigor, suelen poseer industrias de oferta medioambiental altamente especializadas en su entorno, y que parten, por tanto, con una ventaja inicial sobre el resto. Evidentemente, estos países disfrutan de una mayor competitividad y nivel de renta, lo que les permite autolimitar las emisiones y condicionar los procesos industriales sin limitar la viabilidad de las industrias y sin problemas de acceso al capital necesario para las inversiones medioambientales.

Dentro de los sectores de bienes de equipo, cabe referirse, de forma representativa, a las industrias de equipamiento para el sector energético (electricidad, refino y gas). El consumo energético de un país, al utilizar energías primarias escasas —en su mayoría de importación y, por consiguiente, con elevadas repercusiones negativas en la factura exterior—, estimula a éste a optimizar sus recursos energéticos. Como consecuencia de este hecho, surgen los sectores de oferta de equipamiento y servicios destinados a mejorar la eficacia energética.

En este contexto, los grandes *holdings* mundiales de bienes de equipo —ABB, Siemens, Mitsubishi y Alstom—, en sus respectivos centros de I+D, vienen ensayando y mejorando, desde hace más de diez años, posibles soluciones; y éstas se colocan en el mercado únicamente cuando se culmina con éxito esa primera etapa. El éxito de la solución aportada genera automáticamente una demanda potencial, que es aprovechada por la empresa que lanza el producto, la cual se convierte, eventualmente, en líder provisional de ese mercado. No tardará mucho en seguirle otro grupo empresarial. El perfeccionamiento de la competencia en cuanto a contratación pública y normalización de productos ocasiona cambios importantes en el mercado, al obligarse las empresas a rediseñar sus estrategias. Con esta situación, se pueden producir alteraciones de liderazgo.

NOTA

(*) Editado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en la colección *Economía e Industria*, n.º 10.