

Resumen

Durante la última década, el sector del automóvil ha estado sumergido en un profundo estado de transición y reestructuración de la geográfica de la producción mundial. Países y regiones que históricamente ostentaban el liderazgo mundial de la producción de vehículos, como Estados Unidos, Alemania o Japón, han visto como el nacimiento de una nueva generación de países emergentes, ha desplazado el centro de gravedad del sector hacia aquellas nuevas áreas donde el crecimiento económico, economías de las familias y consumo interno han desembocado en una vorágine consumista de lo que hasta la fecha se consideraba como un artículo de lujo, sólo accesible a una clase media-alta en los países desarrollados, el automóvil.

El incremento de las ventas de automóviles y previsiones futuras, ha llevado a los fabricantes a producir allí donde se vende con un objetivo de maximizar la competitividad de sus productos en un mercado en el que apenas y duramente, cabe la entrada de nuevos competidores.

Un nuevo término aparece entonces en la planificación y estrategia interna de los fabricantes: *localización*. ¿Es el camino para crecer?, ¿es el camino para sostener la viabilidad de nuestra empresa a largo plazo?, o ¿es simplemente el camino a seguir adelante evitando ser expulsados por nuestra competencia en un mercado globalizado?

A lo largo de nuestra tesis, se han ido desgranando por un lado los motivos que llevan a aquellos países emergentes a mostrar un atractivo mundial para la recepción de capacidad productiva de los fabricantes de automóviles, y por el otro a identificar cuales son los factores que determinan y moderan la estrategia y decisión de localización de las empresas del sector.

Nuestra tesis, es el resultado de un proceso de investigación descriptivo y empírico y que tiene su fundamento en un Estado del Arte que iniciaba su construcción

con Cantillon (1755), a mediados del siglo XVIII y el que todavía se continúa construyendo gracias a las aportaciones de un gran número de eruditos y profesionales. Entre ellos, cabe destacar el Premio Nóbel de Economía concedido en 2008 a Paul Krugman por sus trabajos sobre comercio internacional que le llevaron a diseñar una “Nueva Geografía Económica” y una “Nueva Teoría del Comercio”, aspectos que adquieren gran relevancia en lo que a nuestra investigación se refiere.

La tesis que se expone a continuación, supondrá una minúscula, pero singular contribución al Estado del Arte y al sector del automóvil en particular. Las aportaciones y hallazgos que se han ido dejando a lo largo de estos 4 años de investigación responderán a las cuestiones que nos planteamos al inicio de nuestro proceso, y que básicamente giran alrededor de la identificación y evaluación de los factores críticos de localización de capacidad productiva del sector, o migración de la fabricación hacia nuevos y mas atractivos destinos para los fabricantes de automóviles

La construcción y dinámica de la nueva geografía de la producción de vehículos; el análisis del paralelismo existente entre los ciclos económicos y el sector del automóvil para cada país; la propuesta de un “ciclo evolutivo de localización mundial del sector”; la construcción de un modelo basado en 10 factores sintéticos secundarios de localización y la reducción a un modelo factorial basados en 3 factores primarios correlacionados con los colectivos grupos de referencia de nuestra investigación (OEM, Tier1, Tier2), conforman las principales contribuciones, que permiten a esta tesis aportar un grano de arena en la construcción de un estado del arte en pleno proceso de evolución.

La tesis finalizará con la propuesta de una nueva línea de investigación centrada en el desarrollo del ciclo evolutivo del sector del automóvil y su impacto en las estrategias y decisiones de localización futuras y, por consiguiente, en el nuevo mapa geográfico de la producción mundial de vehículos.