

El balance de la cifra de negocios del sector del automóvil es claramente negativo. En la actualidad, el mercado interno está a la mitad que hace cuatro años y la producción de vehículos también ha descendido de manera significativa, según Mario Armero. La mejorara de la logística es uno de los caballos de batalla para seguir en la brecha, en su opinión. El vicepresidente ejecutivo

de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC) considera que España sigue siendo competitiva, pero en el mundo global en el que nos movemos, esto no es suficiente. A corto plazo, tenemos retos que superar. La recuperación del mercado interno es uno de ellos así, como avanzar en aspectos como la logística, la fiscalidad y el I+D+i.

**Mario Armero, vicepresidente ejecutivo de ANFAC**

## “Se matriculan un 50% de coches menos que hace cuatro años”

■ Maite Nieva

—La crisis económica ha dado un vuelco al sector del automóvil en todo el mundo. ¿En qué punto se encuentra actualmente y hacia dónde va?

—Se puede decir que la industria del automóvil está viviendo un resurgir importante en regiones como Estados Unidos o Reino Unido. En EE.UU la recuperación del país se ha basado en dos factores fundamentalmente, tecnología e industria del automóvil.

En el entorno europeo, la debilidad actual de los mercados amenaza seriamente a la industria del automóvil que es, sin duda, la columna vertebral de la economía. Si el mercado europeo está débil, el español está muy grave.

—Han cambiado las reglas del juego y la industria de los países emergentes pisa fuerte. ¿Está en peligro el liderazgo de occidente en el sector?

—Los países BRIC, Brasil, Rusia, India y China son los que, según los expertos, tienen mayor potencial de desarrollo, pero países como Alemania, España o Francia tienen que seguir peleando por estar en el “top 10”.

La competitividad de nuestro sector está sujeta a una durísima competencia no sólo entre marcas, sino entre las diferentes plantas de un mismo grupo. La energía, los costes laborales o el apoyo del I+D+i, son aspectos críticos.

En España tenemos que realizar mejoras en aspectos relacionados con la competitividad para seguir estando en la brecha.

—¿Es competitiva la industria española actualmente?

—España ha recibido en lo que llevamos de año la confianza de las multinacionales del automóvil. Nissan ha anunciado una inversión de 300 millones de euros en sus fábricas de Ávila y Barcelona; IVECO, ha anunciado una inversión de 500 millones de euros y la creación de un Centro de I+D+i en Madrid.

Además, en junio, los principales presidentes europeos y mundiales de las multinacionales del automóvil se han reunido en Madrid, por primera vez, para celebrar la Cumbre Internacional del Automóvil, con motivo de la Asamblea General de la Asociación de Constructores Europeos de Automóviles (ACEA) ratificando así su interés por reforzar el tejido industrial español y su compromiso con la economía española.

Esto demuestra que España sigue siendo competitiva, pero en el mundo global en el que nos movemos, no es suficiente. Tenemos retos a corto plazo muy importantes que superar, como es la recuperación del mercado interno y además hay que avanzar en aspectos como la logística, fiscalidad, I+D+i, etc.



La mejora de los costes logísticos de transporte es un elemento crítico para mejorar la competitividad que permita seguir consolidando las inversiones de la industria del automóvil en España.

La exportación está siendo cada vez más difícil. Debemos mejorar las infraestructuras disponibles para nuestros transportes potenciando los accesos a los puertos e introduciendo los cambios regulatorios necesarios para optimizar la eficiencia de los medios de transportes que necesitamos. El transporte ferroviario es caro y poco eficiente y necesita fuertes reformas entre otros factores, por la diferencia del ancho de vía y de la falta de competencia en la prestación del servicio.

También hemos presentado un plan de estímulos trabajado en conjunto por el sector, que entendemos combina crecimiento con austeridad fiscal.

—¿Cuáles son las conclusiones más relevantes a las que ha llegado el sector tras la Cumbre Internacional del Automóvil, celebrada en Madrid?

—La Cumbre ha supuesto una apuesta por el sector del automóvil español. Por primera vez se han reunido en España, los líderes mun-

### AL TIMÓN

**Mario Armero** es vicepresidente ejecutivo de ANFAC y forma parte del Consejo Asesor de la presidencia de la CEOE. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, tiene un largo historial en el mundo empresarial. Es consejero de CLH y asesor de ERGON

Capital. Con anterioridad ha sido presidente de Ezentis, presidente de General Electric en España y Portugal, máximo responsable de todas las Divisiones del grupo en la Península Ibérica. Igualmente ha sido, entre otros cargos, presidente del American Business Council, consejo empresarial

estadounidense en España, compuesto por las más importantes empresas de origen norteamericano con presencia en nuestro país, y cuyo fin es promocionar las relaciones entre sus miembros y las personalidades políticas y empresariales españolas más relevantes.

diales de las principales multinacionales del automóvil. La conclusión principal es que el sector del automóvil mundial y europeo apuesta por España y España lo hace por el automóvil.

—¿Hay una apuesta clara del gobierno español por la industria del automóvil?

—El Presidente del Gobierno nos dijo que España apostaba por el automóvil.

Desde la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC) le hemos transmitido la necesidad de recuperar cuanto antes las ventas, la confianza y la calidad de nuestro parque y contribuir, así, al crecimiento económico español.

Hay reformas que han ido en la buena dirección para el automóvil. Se está avanzando, aunque todavía hay recorrido en temas logísticos necesarios para la industria.

La reforma laboral ha sido difícil y necesaria, pero necesita aún complementos que aseguren la plena autonomía del convenio de la empresa y el adecuado retorno en los programas de formación que realizan las empresas.

Creemos que la política económica debe incluir una política industrial fuerte que acoja los esfuerzos que está haciendo el sector del automóvil y el resto del sector industrial para generar un modelo de crecimiento sostenible y para que la marca España sea un activo importante.

Ahora la prioridad tiene que ser la recuperación del mercado.

—¿Cuál es el balance la cifra de negocios de la industria española desde que comenzó la crisis al momento actual?

—El balance es negativo porque en la actualidad el mercado interno está en la mitad que hace cuatro años y la producción de vehículos también ha descendido de manera significativa.

La demanda interna de automóviles ha caído drásticamente como consecuencia de la crisis económica. De los 1,7 millones de vehículos matriculados en 2007 hemos pasado en 2011 a 750.000. De ellos, un 76% son fabricados en España.

Pero las cifras están para ser batidas, y desde el sector es lo que tratamos de hacer, proponer iniciativas a las Administraciones para salir de la situación actual

“España sigue siendo competitiva, pero en el mundo global en el que nos movemos, no es suficiente. Tenemos retos que superar”

—¿Cómo ha afectado al tejido industrial y al número de trabajadores que dependen del sector?

—Aunque la crisis ha afectado al sector, dentro de nuestro país, los fabricantes de vehículos han podido minimizar la pérdida de empleo, gracias a las medidas de flexibilidad acordadas. Y, sobre todo, a los convenios colectivos de empresa que han sido una herramienta muy eficaz frente a la crisis. De hecho, el automóvil ha sido uno de los sectores que ya ha anticipado la actual reforma laboral en aspectos como la flexibilidad o la prioridad del convenio de empresa.

En la parte comercial, la destrucción de empleo ha sido algo mayor porque la crisis del mercado hace que se matriculen un 50% de coches menos que hace cuatro años.

—¿Cuál es la estrategia de inversión en innovación y tecnología prevista en el sector?

—Las nuevas tecnologías y la innovación son pieza fundamental en la estrategia de los fabricantes de vehículos. Y está orientada especialmente a la seguridad y a la mejora del medioambiente.

Los fabricantes europeos invierten anualmente el 5% de su facturación, es decir, aproximadamente cerca de 25.000 millones de euros. Los coches de hoy en día están llenos de “kilos y kilos de tecnología”, son i-pads con ruedas. El automóvil es innovación.

—¿Qué papel va a jugar España en el pulso que están manteniendo los gigantes occidentales con los mercados emergentes?

—En estos momentos circulan cerca de 800 millones de coches en todo el mundo, para el año 2020 habrá 2.200 millones. Tenemos que tratar de que muchos de esos coches lleven la marca “made in Spain”.