

ANÀLISI

Joaquim Perramon



El temporal de Seat

Les dificultats

El 1950 es va crear la Societat Espanyola d'Automòbils de Turisme, amb un capital social de 600 milions de pessetes, distribuït d'aquesta manera: 51% per a l'Institut Nacional d'Indústria (INI); 42% repartit entre els Bancs Urquijo, Banesto, Bilbao, Biscaia, Hispano Americana i Central; i un 7% per a Fiat, soci tecnològic.

A la factoria de la Zona Franca es va construir el mític utilitari 600, un protagonista en el desenvolupament espanyol. Havent-se tancat l'acord tecnològic, es van firmar el 1982 acords de cooperació comercial i industrial amb Volkswagen. El grup alemany tenia el 1986 el 51% del capital de Seat i el 1990, la totalitat. El principal fabricant d'automòbils europeu va capitalitzar Seat, i li va donar impuls tecnològic perquè la seva marca i models fossin competitius i poder exportar més de les dues tercers parts de la producció. La xifra d'ingressos de Seat el 1995 s'apropava als 5.300 milions d'euros, i se situava al darrere de General Motors Holding Espanyola i al



Erich Schmitt, president de Seat, al volant del nou totterreny de la marca ■ AVUI

davant de les filials de Ford, Renault, Peugeot-Citroën, Daimler Chrysler i Volkswagen Navarra.

En els darrers exercicis s'ha patit la disminució de la rendibilitat sobre vendes, reducció de beneficis i de la producció en la planta de Martorell, que actualment es troba per sota del nivell necessari perquè sigui rendible.

Les dificultats per les quals

travessa la filial de la multinacional alemanya són patents per les incerteses per al seu futur, sotmès a un etern debat. Causa alarma el fet, posem per cas, que part de la producció de l'Ibiza, model de referència de Seat, es traslladés a Bratislava perquè a Skoda els costos de producció són més baixos. No cal dir que Volkswagen desitja conservar els clients de Seat,

però perquè Seat sigui rendible i s'adapti al mercat global s'ha d'aprimar i reduir costos.

Aprofitant la visita a Martorell del president del govern central, José Luis Rodríguez Zapatero, per la col·locació de la primera pedra del nou centre de disseny, Erich Schmitt, president de Seat, va explicar el pla estratègic de la multinacional per a la recuperació de Seat. En

aquest sentit, a Martorell es fabricarien dos nous models als quals s'aplicaria una inversió de 400 milions en deu anys, sempre que es compensés amb la reducció de costos, inclosos els de personal. Schmitt no es va voler definir sobre aquest aspecte però oficiosament va circular que la reducció de costos podria comportar un retall del 10% de la plantilla, a través de baixes voluntàries incentivades que fins ara no han estat concretades ni, per tant, negociades amb els sindicats. Fa un any es va fer un altre ajustament de plantilla amb un ERO a 1.000 treballadors. Sembla que tot s'hagi de solucionar amb el retall de plantilles i que el pla estratègic compleixi l'objectiu de fer volar coloms.

La globalització ha comportat una onada de fusions i acords, i només han sobreviscut menys de deu grans grups fabricants, marcats per la guerra de preus, forta competència entre les diverses marques, guerra d'incentius i plantes amb excés de capacitat de producció en els grans grups occidentals.

Deslocalització

Buscant la reducció dels costos de producció ha sorgit la deslocalització empresarial. Malgrat l'excessiva capacitat en la producció mundial, els més importants fabricants asiàtics, com és el cas de les multinacionals japoneses Honda i Toyota o la coreana Kia, en ple procés d'expansió, han fet forat a la UE i als EUA. En el mercat dels EUA els fabricants japonesos ja tenen el 34,8% i els coreans, un 4,5%.

Les més grans multinacionals americanes lluiten i es reestructuren per sortir de la crisi. Ford Motor va registrar unes pèrdues acumulades el 2006 de 12.750 milions de dòlars i els números vermells del primer fabricant automobilístic del món, General Motors, van arribar el 2005 a 10.600 milions de dòlars.

Volkswagen, que ha tingut una gran expansió i creixement, s'ha de moure en l'entorn convulsiu mundial i enmig de crisis internes pel control del grup entre Porsche, un dels grans accionistes, i l'Estat de la Baixa Saxònia, el soci històric.

TANTXTANT

Modest Guinjoan
Josep Maria Llauredor



Els protocols a les empreses familiars

Antigament les empreses familiars es transmetien a la generació següent sota uns criteris bastant habituals i coneguts: repartiment de la propietat entre els fills, traspàs de la direcció al fill que l'empresari considerava més apte, treball quasi assegurat per als familiars –estiguessin preparats o no–, reinversió sistemàtica de bona part dels beneficis, seguiment dels dissenys de la generació cedent. L'entorn cultural, polític, econòmic i social en què es desenvolupaven les empreses familiars menava de manera natural a aquestes pràctiques, de la mateixa manera que els matrimonis estaven emparaulats pels progenitors dels nuvis. Només comptava el cap de casa.

Tot això ha canviat molt. Ara la competència és molt gran, de manera que només sobreviuen els preparats, qui té diners els pot invertir fàcilment on rendixin més, la formació de les persones és més gran que abans, la direcció de les empreses és més professional, les sortides laborals s'han eixamplat, la llibertat individual per triar el propi destí és acceptada com allò més normal, la fidelitat als principis s'aplica amb un sentit molt pràctic.

No és estrany que pares i fills cada vegada vegin més clar que les relacions entre la família i l'empresa s'han d'establir de manera transparent i franca per part de tots, fixant el que poden esperar l'una de l'altra a nivell financer, laboral i empresarial, així com els compromisos que estan disposats a assumir. Atrament, si no es té la sort d'estar molt ben avinguts, les tensions poden posar en perill l'harmonia familiar i la marxa de l'empresa. Per això són tant necessaris uns documents que ho recullen des de la participació i la llibertat, els protocols familiars.



Un camió passa pel davant d'un anunci de l'Ibiza a la sortida de la factoria de Seat a Martorell ■ TONI ALBIR / EFE

El grup Seat preveu allargar la vida comercial de l'Ibiza

■ Volkswagen adjudicarà els dos nous models a primers d'abril

Redacció
MARTORELL

Davant l'expectativa que Volkswagen li adjudiqui la fabricació de dos nous models, que es llançaran al mercat d'aquí a tres anys, la direcció de Seat té previst allargar la vida comercial de l'actual Ibiza, el model de més èxit i més conegut de la

marca, segons han informat a Efe fonts pròximes a la companyia. La filial de Volkswagen ja va adoptar aquesta estratègia comercial en ocasions anteriors. UGT i CCOO han sol·licitat aquesta prolongació de la producció per mantenir la càrrega de treball a la planta de Martorell.

La matriu alemanya decidirà a primers del mes d'abril si adjudica la producció d'una berlina i un tot terreny a la planta catalana, segons Manuel Gallardo, líder del metall d'UGT. ■

Generalitat de Catalunya
Institut Català del Sòl

ARRENDAMENT MITJANÇANT SORTIDA D'11 PLACES D'APARCAMENT PROPIETAT DE L'INSTITUT CATALÀ DEL SÒL A LA PROMOCIÓ "CAN LLONG-69", SITUADA AL CARRER BUDAPEST NÚM. 63 I CARRER ESTRASBURG NÚM. 18 DE SABADELL

El plec de bases que regirà l'arrendament es troba a disposició dels interessats a la seu de l'Institut Català del Sòl (carrer Còrsega, 289, 3er A, Barcelona)

Les proposicions per poder participar-hi es poden presentar a l'Institut Català del Sòl, carrer Còrsega, 289, 3er pis A, Barcelona, fins a les 13 hores del dia 27 d'abril de 2007.

Per a més informació adreceu-vos al telèfon 935566972 o consulteu l'adreça d'internet <http://www.incasol.com>

Barcelona, 7 de març de 2007

AVUI+

Enric Granados, 84
08008 Barcelona
Tel. 93 316 39 00
www.avui.cat