

## INTRODUCCIÓN

### EL X CONGRESO ESPAÑA-ITALIA DE HISTORIA ECONÓMICA

Los Congresos Italia-España de Historia Económica surgieron a finales de la década de 1990. En esos años se creó un Comité Italia-España para la Historia Económica, en el seno de las Asociaciones de Historia Económica de los respectivos países. El primero de estos Congresos (Encuentros) tuvo lugar en Bari en 1999; el segundo se celebró en la Universidad de Alicante en 2001. Los siguientes, hasta un total de nueve, fueron realizándose con una puntual periodicidad bianual, organizados alternativamente por varias universidades italianas y españolas. Los Congresos han significado una revisión y puesta al día de cuestiones relevantes para la historia económica de ambos países, como las industrias marítimas, la industria agroalimentaria, la historia empresarial, las economías insulares, el patrimonio industrial, la industria turística, la hacienda pública, los sistemas de asistencia social y seguridad social, las infraestructuras y medios de transporte...

Partiendo de este legado, el Comité Italia-España se puso en contacto con los profesores Rafael Vallejo y Margarita Vilar para organizar el X Congreso España Italia de Historia Económica en Galicia el 20 y 21 de octubre de 2017. Fue una oferta ilusionante, pero hubo que pensar si el proyecto era realizable, en medio de las restricciones presupuestarias que padecíamos. Disipadas las dudas, se trataba de elegir el tema de interés para la historia económica de ambos países y aún no tratado en anteriores Congresos. Nos decantamos por la industria del automóvil, que en Galicia tiene una notable presencia, a través de la factoría de Citroën en Vigo y del Clúster de Empresas de Automoción de Galicia (CEAGA). Tocaba ahora ponerse a trabajar por parte de la organización local.

Este trabajo del Comité local, limitaciones financieras aparte, tenía varias ventajas de partida, que podemos sintetizar, en términos fisiológicos, en tres elementos: esqueleto, musculatura y cerebro. El esqueleto venía dado por la experiencia de los intercambios previos, el nivel académico alcanzado en estos congresos precedentes y su prestigio. Los congresos Italia-España de Historia Económica son una marca con reputación. Había que coger el testigo y añadir valor al encuentro de Vigo de 2017, con tres criterios rectores: innovar en la

difusión, lo que se consiguió con la grabación de las ponencias y su retrasmisión en tiempo real por los servicios de televisión de la Universidad de Vigo<sup>1</sup>; garantizar una pronta edición en papel de los trabajos expuestos, del que la prueba es este libro; y alcanzar eficacia organizativa, que los participantes en el mismo creemos que han podido constatar, una eficacia posible gracias al soporte de los recursos humanos e institucionales disponibles, esto es, la musculatura.

El X Congreso España-Italia de Historia Económica se convirtió en una realidad gracias a que los organizadores locales pudimos contar con un valiosísimo sostén humano e institucional. En realidad, este Congreso se hizo posible gracias al apoyo financiero y el compromiso personal del coordinador de la agrupación estratégica ECOBAS de la Universidad de Vigo, el catedrático de Matemáticas Carlos Hervés, y de la directora del grupo de investigación ECOSOT de esta misma Universidad, la catedrática de Economía Aplicada, Coral del Río. Ambos se han implicado personalmente mucho con este proyecto y nos han prestado, además de la financiación institucional, todo su apoyo humano y académico. El soporte de la Universidad de Vigo también se expresó a través de la Facultad de Económicas y Empresariales, y en este sentido hemos de agradecer de manera especial las facilidades prestadas por su decano, Santiago Gómez Fraiz, así como del personal de administración, en particular Cristina Vázquez, de la secretaría de ECOBAS, que resolvió muchas de las cuestiones administrativas del Congreso.

Por otra parte, hemos de significar que se contó desde el principio con el apoyo del Ayuntamiento de Vigo, empezando por su Alcalde, Abel Caballero, y continuando por la concejala de Turismo, Ana Laura Iglesias González, y el concejal de Cultura, Cayetano Rodríguez Escudero, que nos prepararon el camino para llevar este barco a buen puerto. El respaldo que encontramos desde el primer día en el Ayuntamiento de Vigo fue determinante para que este Congreso se celebrase en esta ciudad. La Asociación Española de Historia Económica ha contribuido también, como viene siendo habitual, con su soporte financiero a la celebración del X Congreso.

Además, el Comité local contó con la colaboración de la empresa Citröen y de CEAGA (Clúster de Empresas de Automoción de Galicia). Los organizadores tuvimos claro desde el inicio que este Congreso dedicado a la Industria del automóvil, celebrándose necesariamente en Vigo, debía contar con la participación de alguien directamente relacionado con la fabricación de vehículos. Y para esto estuvieron dispuestos desde CEAGA, a través de su gerente Alberto Cominges, y desde el Grupo PSA Citröen, a través de Pedro Hortas, Director de Comunicación de esta compañía en Vigo, que nos ofrecieron todo tipo de facilidades. Esta colaboración se plasmó en el plano académico con la conferencia

---

1. Las ponencias pueden seguirse en: <https://tv.uvigo.es/es/serial/3199.html>.

de Juan José Areal Alonso, responsable del Proyecto Innovación de Procesos de PSA en su Polo Industrial Ibérico, que abrió el Congreso disertando sobre el «Grupo PSA: hacia la fábrica del futuro»<sup>2</sup>.

La tercera ventaja de partida con que contaba el Comité organizador local era la disponibilidad de capital humano de gran competencia para dar contenido al Congreso (lo que hemos llamado cerebro, en esta descripción fisiológica). Y aquí fue fundamental el papel desempeñado por los profesores Giovanni Luigi Fontana y Carlos Barciela, coordinadores generales de estos Congresos Italia-España, por su talento para mantener este proyecto vivo durante tantos años en unos tiempos difíciles para el mundo académico y la investigación, y su capacidad para convocar y agregar a los sucesivos Congresos a cualificados especialistas en cada uno de los temas que fueron tratados, de acuerdo con las respectivas organizaciones locales. El X Congreso celebrado en Vigo no fue una excepción, porque aquí hemos podido contar con reputados investigadores e investigadoras sobre las respectivas industrias del automóvil de Italia y España, que aceptaron desde el primer momento nuestra invitación, nos facilitaron la organización, dieron contenido al Congreso –con sus brillantes exposiciones y debates, y ahora a este libro– con textos notables, cuya calidad va a hacer que esta publicación se convierta en un referente de la Historia comparada de la Industria del Automóvil en ambos países.

Entre estos partícipes tenemos el honor, y el deber, de mencionar de forma expresa al profesor Jordi Nadal, que nos brinda un sugestivo texto sobre «La supuesta entente del INI con la Hispano-Suiza para la fabricación en La Sagrera de camiones diesel con licencia Alfa-Romeo (primavera de 1943)», en el que se vislumbran, como en otros trabajos de esta publicación, los alargados lazos que entretienen históricamente la industria automovilística italiana y española. Quienes organizamos este X Congreso, desde la coordinación general y desde el comité local, queremos dejar constancia de nuestra gratitud al profesor Nadal y deseamos que esta publicación venga a ser un merecido homenaje a su largo y fecundo magisterio en el campo de la Historia Económica y Empresarial.

#### UNA INDUSTRIA, DOS PAÍSES Y UNA DIVERGENCIA SECULAR

Según los datos de la Organización Internacional de Fabricantes de Vehículos durante 2017 se fabricaron 97.302.534 vehículos en todo el mundo. China lideró la producción con 29 millones de unidades, seguida por Estados Unidos con 11,1, Japón con 9,7 y Alemania con 5,6. España ocupó la octava posición, con 2,8 millones de vehículos, e Italia la vigésima, con 1,1 millones<sup>3</sup>. La posición en el ranking es similar a la de los años anteriores. Por tanto, podemos considerar

2. Disponible en <https://tv.uvigo.es/matterhorn/35480>.

3. <http://www.oica.net/category/production-statistics/2017-statistics/>

que en la actualidad España es un país líder en esta industria que ha marcado tanto el desarrollo económico contemporáneo de los países productores y no productores, hasta el punto de que ha definido un modo de civilización desde el primer tercio del siglo XX, en tanto que Italia no puede considerarse en esas posiciones de liderazgo. Estamos ante un hecho muy llamativo. Un siglo antes la situación era sustancialmente distinta. Italia fue una de las naciones pioneras en el desarrollo de la industria automovilística, al lado de Francia, Inglaterra, Alemania, Estados Unidos y Canadá, de modo que iniciados los años 1920 y en la década de 1930 era el sexto país productor de vehículos a motor.

España se incorporó a la civilización del automóvil ya desde los primeros compases de esta industria. Pero lo hizo más como consumidor que como productor de vehículos, a diferencia de Italia. En 1933, por ejemplo, en España apenas llegaba al 2% el consumo de los vehículos de producción propia, en tanto que en Italia las ventas de vehículos de producción nacional alcanzaban el 98%<sup>4</sup>. Además, Italia era uno de los siete mayores exportadores de vehículos en los años 1933-1937. En 1937, por ejemplo, exportó 7.710 vehículos comerciales (chasis incluidos), solo por detrás de Estados Unidos, Gran Bretaña, y Alemania. En consonancia con ello, extendía la distribución internacional de sus vehículos a través de redes de concesionarios, e incluso la producción de sus empresas, significadamente la FIAT, como vemos respecto a España (1919, 1935), al igual que Estados Unidos lo hacía con la Ford (1920) y la General Motors (1925), o Francia con la Renault (1908). Es más, históricamente, al menos hasta 1981, Italia realizó inversiones en este sector en España y se mantuvieron acuerdos de cooperación financiera y transferencia tecnológica, a través de la participación de Fiat en la Seat. Italia y España caminaron pues juntas en este sector, aunque la segunda en una posición tradicionalmente subsidiaria respecto a la primera.

¿Por qué se produjo entonces esta divergencia, ya perceptible en los años finales del siglo XX, entre una España alzada a puestos de liderazgo mundial en la producción de vehículos de motor, y una que Italia que posee relevantes marcas propias, nacionales, con larga trayectoria, y pierde posiciones en las últimas décadas? ¿Se debe a la presencia diferencial de las multinacionales y al peso e influjo sustancialmente diferente que han podido jugar los campeones nacionales en uno y otro país? ¿Se explica por las estrategias seguidas por las grandes compañías automovilísticas transnacionales para su implantación en mercados emergentes o en países con especiales ventajas o condiciones para la producción y la exportación? ¿Ha influido la política industrial del Estado y de las restantes administraciones públicas? ¿Se debe a los costes laborales o a la disciplina o actitud de los sindicatos sectoriales? Estas preguntas se encuentran en

---

4. Según las cifras de Marcel Ehrmann, *L'automobile de tourisme en France*, Imprimeries Delmas, Bordeaux, 1938, pp. 331-333.

la base del X Congreso España Italia de Historia Económica, celebrado en Vigo en 2017, sobre la trayectoria histórica de la industria del automóvil en ambos países. Y están lógicamente en el texto de las ponencias que se traen a este libro, donde el lector encontrará sin lugar a dudas respuestas fundadas a las mismas, en capítulos que tratan de los orígenes del sector y de las trayectorias de sus principales empresas, consideradas aisladamente o en perspectiva comparada.

#### ESTE LIBRO

El libro se compone de quince capítulos a través de los que se puede seguir la trayectoria de la industria del automóvil y sus principales marcas en España e Italia. José Luis García Ruiz en el Capítulo 1 analiza las luces y sombras de las políticas industriales en España en relación con el automóvil. El despegue económico asiático durante la Segunda Globalización ha supuesto un desafío formidable para la industria occidental, y la del automóvil no ha sido una excepción. Por ello resulta admirable que España haya conseguido mantener un buen nivel en el sector, al tener que superar dificultades productivas generales y carecer de marcas propias. Según este autor, la clave reside en la fortaleza conseguida tras sesenta años de políticas industriales continuadas entre 1926 y 1986, aunque también en el comportamiento diferencial del sector en los tiempos más recientes, que ha destacado por ser competitivo y exportar, por continuar invirtiendo en I+D y por cuidar las relaciones laborales. En conjunto, este texto se centra en exponer la evolución de las políticas industriales específicas del automóvil, enmarcándolas en las políticas industriales generales y distinguiendo sus principales etapas. A través de este análisis se concluye que hay elementos que permiten encontrar pautas similares a lo que la escuela de los *New Structural Economics* denomina «a third wave of development thinking»: la primera ola, dominada por el Estado; la segunda, por el mercado; y la tercera que pretende una combinación eficaz de Estado y mercado.

En el Capítulo 2 Giovanni Gregorini y Riccardo Semeraro estudian los inicios de la industria automovilística en Italia entre 1898-1918, que consideran están aún faltos de la suficiente atención historiográfica. Su texto identifica el considerable despegue de la producción de automóviles en el país alpino en los años interseculares, y analiza cuáles fueron los principales factores impulsores de ese crecimiento. Reflexionan sobre los papeles estratégicos representados por la tecnología, la fuerza de trabajo, los mercados y la localización geográfica en este proceso. Destacan que como principales factores de transformación industrial en el inicio del siglo XX están todos aquellos elementos relacionados con la ciudad y con su lógica de desarrollo, social y urbana, en particular la sensibilidad de las administraciones locales para atraer y construir entornos empresariales favorables. Así se constata en el vínculo «simbiotico come quello che si è creato

ben presto tra la nuova industria automobilistica e una città come Torino» donde aquel «protagonista público» de la administración local se mostró muy receptivo y flexible a las cuestiones relacionadas con la iniciativa empresarial territorial.

En el Capítulo 3 Jordi Nadal relata la supuesta entente del Instituto Nacional de Industria con la firma automovilística Hispano-Suiza –sin rival en España por aquel entonces– para la fabricación en La Sagrera de camiones diesel con licencia Alfa-Romeo. Cuando en 1943, en plena etapa autárquica y de máximo intervencionismo estatal de la dictadura franquista, la firma catalana iba a cerrar el acuerdo con la marca Alfa-Romeo, Juan Antonio Suanzes, presidente del INI, decidió inmiscuirse en el asunto puesto que «el interés nacional exigía que la industria española no quedase en manos exclusivas de la iniciativa privada». El capítulo desarrolla este conflicto a través de la correspondencia mantenida por las dos partes implicadas, INI y empresa, y analiza sus estrategias y consecuencias para el desarrollo tecnológico del sector en plena posguerra civil.

Los siguientes capítulos del libro estudian las trayectorias empresariales de las diferentes marcas automovilísticas en España y en Italia. Un primer grupo de trabajos se centran en el caso SEAT-FIAT, al que se dedican cuatro capítulos que nos permiten ver la trayectoria individual de las dos marcas desde cada país, sus estrategias de colaboración y los elementos que influyeron en su éxito o fracaso. En el Capítulo 4, Andrea Tappi analiza las claves del éxito empresarial de SEAT en sus primeros 25 años de trayectoria, entre 1939 y 1975. Aborda los principales factores que impulsaron esta etapa dorada, que contribuyó a que en la víspera de la primera crisis del petróleo de 1973 España se convirtiera en el décimo productor mundial de automóviles. Fundamentalmente el texto trata de definir tanto el papel de la aportación de la FIAT, el socio tecnológico y financiero de la SEAT, como del contexto económico y social del franquismo. Más en concreto, defiende la tesis según la que, por un lado, la FIAT supo adaptarse muy temprano a las políticas económicas franquistas, fue capaz de reinterpretar el paradigma tecnológico hibridando los criterios de racionalización del trabajo y finalmente acertó con la política de producto. Por otro lado, el contexto aseguró un mercado protegido y en continua expansión, y también un sistema de relaciones laborales absolutamente favorable a la gestión autoritaria del trabajo por parte de las empresas. Una confirmación de esta hipótesis, se sostiene en este capítulo, es que los pésimos resultados de la empresa en la segunda mitad de los años setenta y el posterior abandono de la FIAT se deben a la desaparición de las condiciones económicas y sociales que habían atraído a la FIAT a España.

Casi sin solución de continuidad en cuanto a la época analizada, Jordi Catalan plantea en el Capítulo 5 cómo la política industrial de la Transición hundió a SEAT y provocó la huida de FIAT, y cómo el lanzamiento del Ibiza y la creación de una red exterior de ventas por la SEAT pública contribuyeron decisivamente a resucitar la marca a principios de los ochenta. En este capítulo,

titulado «La gran metamorfosis de SEAT, 1977-1988: de la crisis con FIAT a la recuperación con Volkswagen», Catalan constata que, no obstante, las urgencias presupuestarias y europeístas de mediados del decenio de 1980 condujeron a la rápida privatización de esta empresa en beneficio de Volkswagen, previo saneamiento integral a cargo del erario español. Madrid, concluye el autor, acabó concediendo a Wolfsburg mucho más de lo que, poco antes, le había negado a Turín. Esta es la esencia del argumento de este texto, donde el autor trabaja con información inédita de los archivos de la empresa.

Por otro lado, el Capítulo 6 escrito por Stefano Musso nos permite entender este proceso desde la perspectiva de Fiat. Como explica el autor, Fiat representaba un caso particular de gran empresa privada en un país altamente industrializado pero dominado por pequeñas y medianas empresas. Esto condujo a su enorme influencia en Italia, que no se limitó a aspectos económicos sino que se extendió a la dinámica social, la política económica y social, las relaciones entre el Norte y el Sur del país, así como a las relaciones internacionales. La influencia de Fiat se desplegó por completo después de la Segunda Guerra Mundial; sin embargo, su papel central en la promoción de la cultura organizacional y los modelos de relaciones industriales se remonta al pasado. El ensayo traza la historia de la cultura empresarial, la organización del trabajo y las relaciones laborales en Fiat, destacando la influencia que la mayor empresa de ingeniería italiana ha ejercido en estos tres campos. Identifica asimismo las principales etapas en las que Fiat ejerció su influjo como el campeón nacional en Italia, que fueron cuatro: el período entre las dos guerras mundiales, los años del milagro económico, la crisis del fordismo en la década de los setenta, y el post-fordismo, desde los años ochenta hasta la actualidad.

El Capítulo 7, de Valentina Fava, dedicado también a la Fiat, aporta una original perspectiva de análisis en torno al papel representado por esta marca como «rostro de las empresas italianas en la URSS» y las consecuencias de su fracaso en el período 1960-1975. El texto explica cómo las actividades coordinadas de empresas, bancos y diplomacia permitieron a los comerciantes italianos la firma de una serie de importantes acuerdos con la Unión Soviética en la década de 1958-1968. Centrándose en la compañía Fiat, el capítulo reconstruye los canales que las empresas italianas utilizaron para ganar a la competencia extranjera en el mercado soviético. La construcción de la fábrica de automóviles del Volga fue la cumbre de una pirámide de relaciones económicas e industriales entre las empresas italianas y la Unión Soviética. Las peculiaridades del mercado soviético y el comercio con los países socialistas impusieron estrategias especiales a las empresas occidentales y el uso de canales específicos. A pesar de los eventos políticos fluctuantes de la Guerra Fría, las empresas siguieron siendo actores importantes en el establecimiento de formas de colaboración e intercambio entre las dos partes de la Europa dividida. El caso de la Fiat

muestra cómo reducir el comercio Este-Oeste a un asunto para los historiadores políticos y las relaciones internacionales corre el riesgo de perder de vista las consecuencias que la estrategia de internacionalización del Este tuvo para las empresas de Europa occidental, tanto en su política de crecimiento y relación entre empresas y gobiernos nacionales como en la competencia entre empresas europeas. Los mercados de Europa del Este representaron una base importante para las empresas automotrices y mecánicas europeas y les dieron las herramientas (la inmensa abundancia de recursos que la economía planificada puso a disposición para grandes inversiones industriales) y la oportunidad de probar soluciones organizativas y tecnológicas que no podrían haber experimentado en otro lugar. La autora constata que, sin embargo, la «cara de las empresas italianas hacia el este», que operaba como un grupo informal de negocios, se rompió en los años setenta, con lo que el sector de la automoción italiana perdió la ventaja competitiva adquirida en la década anterior en el mercado soviético.

En relación también con la Fiat y las empresas de componentes para el automóvil, el Capítulo 8, escrito por Marco Bertilorenzi, nos invita a analizar un aspecto clave en la producción automovilística como es el de la provisión de láminas de vidrio. En particular, este trabajo busca arrojar luz sobre las relaciones que han existido entre Saint Gobain y Vetrotech, controlada por Fiat, en el mercado italiano de láminas de vidrio, con especial atención a las láminas de vidrio utilizadas por el sector automotriz. De hecho, si Saint Gobain fue un pionero mundial en la producción de vidrio de seguridad, lo que contribuyó a la redefinición estilística de los automóviles, esta empresa tenía su propio competidor principal, Fiat, que controlaba Vetrotech. Al mismo tiempo, por lo tanto, Fiat era uno de los principales clientes y competidores de la multinacional francesa en Italia. La capacidad de Saint Gobain para adoptar estrategias de competencia y cooperación al mismo tiempo resultó decisiva para evitar, por un lado, la extensión en el campo del vidrio de su principal cliente y, por otro lado, la agudización de una competencia ruinosa no solo entre actores económicos sino también entre productos.

En otro grupo de contribuciones, que abarca los capítulos 9, 10, 11 y 12, se presentan las diferentes estrategias adoptadas por cuatro marcas automovilísticas establecidas en España en el siglo XX. La exitosa trayectoria de Renault en España, estudiada por Mar Cebrián y Esther M. Sánchez en el Capítulo 9, arranca de principios de la centuria. En 1908 aquella empresa fundó una filial de venta en este país, la SAEAR, y en 1951 estableció una sociedad industrial, FASA, que en poco tiempo pasó de ser una simple ensambladora de piezas importadas a una auténtica fabricante de vehículos con vocación exportadora creciente. La multinacional francesa actuó siempre en España como una empresa *camaleón*, capaz de adaptarse al entorno cambiante de la política y la economía españolas, lo que le permitió perpetuarse y conservar una posición



destacada al sur de los Pirineos. La transferencia de recursos y capacidades por parte de la *Régie* Renault, junto a los beneficios de las políticas industriales de Francia y España, generaron un proceso de crecimiento y modernización que, con pocas inflexiones, ha llegado hasta nuestros días. Renault España es hoy el principal agente dinamizador de Valladolid y uno de los primeros de Castilla y León. Algo similar sucedió a medio plazo con el establecimiento de la también francesa Citroën Hispania en Vigo durante la década de 1950. La trayectoria de Citroën es la menos conocida de las de las tres empresas (SEAT, Renault y Citroën) que protagonizaron el estallido de la motorización popular en la España de los sesenta y que fueron capaces de sobrevivir hasta nuestros días. El estudio que presenta Xoán Carmona en el Capítulo 10 de este libro, sobre los primeros años de Citroën Hispania, S.A. entre 1958 y 1972, colabora a superar ese relativo vacío historiográfico. Carmona analiza la historia de la implantación de esta empresa en Vigo, identificando sus cuatro etapas básicas: primera, la formación de la sociedad en 1957 (constituida para fabricar en España el 2 CV) y las dificultades para conseguir autorizaciones y empezar a fabricar en el marco de la dictadura franquista; segunda, la etapa caracterizada por la exigencia de un creciente «contenido nacional» –tal y como proponían los cánones políticos de la época– y la necesidad de alcanzar una escala mínima eficiente de producción; tercera, los años de saturación del sector de los fabricantes de utilitarios en la España de mediados de los sesenta, unos problemas que estuvieron a punto de hacer desaparecer a Citroën Hispania. La cuarta etapa, finalmente, comenzaría a partir de 1972, y durante la misma la factoría viguesa se convertiría en una planta exportadora y progresivamente integrada en su matriz multinacional, como consecuencia de varios factores que el autor analiza en este capítulo.

En el Capítulo 11 se presenta el estudio de Joseba de la Torre y Gloria Sanz-Lafuente sobre *Volkswagen Navarra*, que hace hincapié en cómo los gigantes del motor antes que multinacionales fueron fabricantes para el mercado doméstico. Este trabajo muestra, a través del ejemplo del consorcio Volkswagen en la segunda mitad del siglo XX, que la cultura gerencial y organizativa en Wolfsburg actuó de palanca creativa de la estrategia para su expansión internacional. La factoría de Pamplona, identifican De la Torre y Sanz-Lafuente, fue un ensayo del despliegue de esa lógica productiva y comercial que aprovechó el impacto regional de Authi, primero, y SEAT, después. La llegada de VW a Navarra contó con la ventaja comparativa de los factores clásicos de maduración de los distritos del automóvil (políticas públicas y fiscales, tejido empresarial de la región y capital humano adecuado y más barato en términos relativos). La demanda fragmentada globalizada se intensificó a finales del siglo con la difusión del sistema JIT, la externalización y la subcontratación del proceso de fabricación de los coches. El éxito regional de Landaben se logró con una redistribución de los beneficios de la cadena de valor.

El Capítulo 12 escrito por Luis Germán Zubero nos acerca a las luces y las sombras de la trayectoria de GM y el comportamiento, durante los primeros años del siglo XXI, de su factoría ubicada en Zaragoza. En particular, el capítulo repasa la trayectoria de GM en la difícil coyuntura de las importantes transformaciones habidas en el sector durante las dos primeras décadas del nuevo siglo. De este modo, se analiza, en primer lugar, el rápido desplazamiento del protagonismo norteamericano en la industria del automóvil al chino, coincidente con el retroceso europeo. Dentro de este contexto se explica, a continuación, el declinante peso productivo y de cuota de mercado del grupo GM, que perdió su liderazgo mundial (2008), su bancarrota (2009) y posterior recuperación, así como el creciente peso de su subsidiaria asiática. La segunda parte del capítulo se centra en el análisis de la pérdida de peso de la ahora deficitaria subsidiaria europea dentro del grupo GM, su desgajamiento final del grupo en 2017 y se estudian los resultados negativos obtenidos por las empresas filiales de GM Europa durante la última década. Dentro del contexto declinante de las operaciones de GM Europa, la factoría zaragozana fue ganando presencia productiva en esta, si bien ha perdido posiciones relativas respecto de sus principales competidoras ensambladoras presentes en España. El nuevo escenario de la reciente compra de Opel Vauxhall por el grupo PSA en 2017 ha abierto una nueva etapa en la trayectoria de la planta de Figueruelas.

En el Capítulo 13 de este libro, Veronica Binda y Mario Perugini examinan la relación, en el ámbito de la industria automovilística, entre las empresas locales y las multinacionales extranjeras y, más específicamente, analizan la creación de empresas mixtas internacionales con el objetivo de comprender las motivaciones que llevaron a su creación y la dinámica que las ha caracterizado. Tras reconstruir la historia del sector de la automoción durante el siglo XX en Italia y España, el capítulo compara los dos casos nacionales y muestra cómo la elección de crear una empresa de capital mixto por parte de una multinacional, así como el éxito de este tipo de empresas, debe interpretarse no solo como una respuesta a los estímulos económicos y de gestión, sino también como consecuencia de políticas industriales específicas adoptadas por el gobierno de la economía anfitriona. El capítulo ofrece, con esta perspectiva comparada de largo plazo, claves para entender la diferente importancia que la industria automovilística ocupa en sus respectivas estructuras económicas así como la posición que ambos países ocupan en el mercado internacional de producción de automóviles.

También respecto a la relevancia de las políticas industriales adoptadas para el desarrollo de la industria automovilística, el Capítulo 14 escrito por M. Inmaculada López Ortiz y Joaquín Melgarejo Moreno aborda la relación existente entre la creación y desarrollo de una zona franca y la industria del automóvil, partiendo de la consideración de que las zonas francas son un poderoso

instrumento que favorece el comercio y la inversión, al permitir la introducción de todo tipo de mercancías hasta que un operador les da un destino final, quedando al margen de la política comercial y beneficiándose de una serie de incentivos, que han servido de estímulo para el desarrollo de actividades industriales. En este sentido, las zonas francas se han convertido en un escenario idóneo para la radicación de las empresas de la automoción, incorporándoles un plus de competitividad, sobre todo en los casos en los que una parte sustancial de la producción se destina a la exportación y cuando el abastecimiento de suministros básicos también depende en buena medida del exterior.

En conjunto, los capítulos analizados nos permiten conocer mejor las trayectorias de la industria del automóvil en España e Italia; las principales estrategias adoptadas por cada marca, sus principales factores de éxito o fracaso; el impacto de las políticas industriales en cada país en el comportamiento del sector o su capacidad para abrir mercados y establecer relaciones empresariales más allá de sus fronteras. Sin embargo, nos parecía que este libro debía contener también un trabajo dedicado a analizar la importancia del automóvil no solo dentro del ámbito productivo sino también desde el punto de vista socioeconómico. La aparición y difusión del automóvil modificó sustancialmente las pautas de movilidad, la escala de los mercados, los criterios de ubicación del tejido productivo, las relaciones entre productores y consumidores y, en fin, la distribución de la población en el territorio y los hábitats, desde el mundo rural al urbano, e indudablemente los hábitos de viaje y la industria del turismo. El automóvil fue un factor de civilización. Partiendo de estas premisas, el Capítulo 15 escrito por Margarita Vilar y Rafael Vallejo trata de explicar qué papel representó el automóvil en el desarrollo del turismo en el primer tercio del siglo XX tanto en las posibilidades de viajar y alcanzar nuevos territorios como en la ampliación de las geografías turísticas y en las formas de hacer turismo. Con este fin, el capítulo aborda tres aspectos fundamentales. Primero, el papel representado por el automóvil como factor de civilización en el marco internacional. Segundo, la evolución del automóvil en España en su condición de país más consumidor que productor de automóviles, así como las condiciones que favorecieron la expansión de este medio de transporte y los efectos que generó. Por último, ofrece una primera aproximación de las relaciones entre los vehículos motorizados y el turismo en España en esta fase de conformación del sistema turístico nacional.

En conjunto, el libro ofrece trabajos novedosos y de rigor científico que permiten avanzar en el estudio de la industria del automóvil en Italia y en España desde diversos enfoques. La publicación representa un eslabón más de esta larga y fructífera relación entre colegas de la historia económica de ambos países. Esperamos que las y los lectores disfruten tanto de su lectura como disfrutamos quienes participamos en el Encuentro de Vigo.