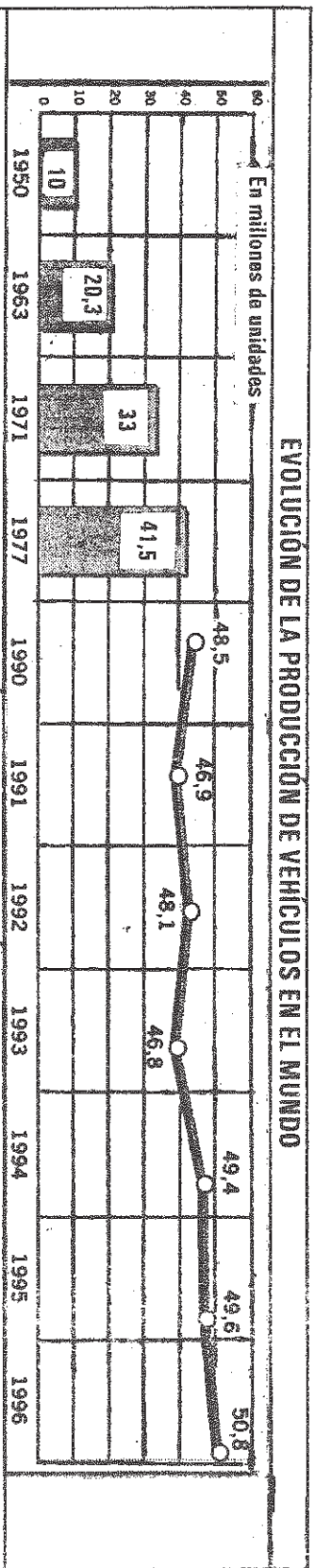


# LA AGUDIZACIÓN DE LA GUERRA COMERCIAL, PROVOCADA POR LA IMPARABLE SOBRECAPACIDAD PRODUCTIVA INTERNACIONAL, CAUSA DE LAS HUELGAS EN GENERAL MOTORS.



**PRODUCCIÓN POR TIPOS DE VEHÍCULOS**

COCHES (1)		VEHÍCULOS INDUSTRIALES LIGEROS (2)		VEHÍCULOS INDUSTRIALES PESADOS (3)		PRODUCCIÓN TOTAL (1+2+3)		
Producción 1996	96/95 (%)	Producción 1996	96/95 (%)	Producción 1996	96/95 (%)	Producción 1996	96/95 (%)	
Europa	15,297	3,2	9,2	570	-9,4	17,503	3,3	
América	10,496	-1,7	6,156	5,3	-26,5	17,048	-0,1	
Asia-Oceania	11,613	5,6	3,124	-0,3	1,9	16,237	3,7	
<b>Total</b>	<b>37,406</b>	<b>2,5</b>	<b>Total</b>	<b>10,916</b>	<b>4,2</b>	<b>Total</b>	<b>50,787</b>	<b>2,3</b>

Datos en miles de unidades. Fuente: OICA.

Tabla N° 1 (5 Dias. 12-2-1997)

Hablar de la industria del automóvil es como hablar de la sociedad de consumo por antonomasia, o de una de las más determinantes y sofisticadas vetas de la división internacional del trabajo, y de la distribución internacional del consumo. El automóvil no sólo sirve para transportar a los individuos, sino que también refleja la ostentación de poder social de la burguesía. Aunque para los trabajadores suele ser un instrumento necesario y a menudo imprescindible para desplazarse al trabajo.

A partir de la industria del automóvil se puede producir (con algunas modificaciones técnicas), y de hecho se está produciendo, armamento ligero, medio y pesado, además de los vehículos para el transporte de tropas, avituallamiento, municiones, etc.

En un informe del Partido Comunista Ruso de 1921 hablando de la economía internacional se recogía lo siguiente sobre la producción y posesión de los automóviles en aquella época: «La producción de automóviles en Estados Unidos supone el 85% de la producción mundial. Existen hoy en el mundo entero diez millones de automóviles; de ellos, América posee ocho millones y medio, y el resto del mundo 1.400.000. En América se cuenta un auto por cada doce habitantes».

La evolución posterior que ha seguido la producción y el consumo de automóviles en las distintas áreas económicas y por países es un reflejo de las modificaciones habidas en la división internacional del trabajo en los últimos 50 años.

Estas tablas muestran ya la igualación que se ha alcanzado en las tres áreas en la producción total de vehículos: 17,50 — 17,04 y 16,23 millones anuales en Europa, América y Asia; aunque Asia esté todavía muy lejos en el consumo por persona de América y de Europa occidental.

En cuanto a la penetración en el mercado interno de la competencia, la siguiente tabla nos da las grandes líneas de las exportaciones:

**EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL AUTOMÓVIL**

Cuota de mercado	1993	1994	1995
<b>UE</b>			
Total UE	83,6	84,9	84,8
Japón	12,5	11,2	10,9
USA	0,5	0,5	0,5
Corea	0,8	0,9	1,4
<b>EE.UU.</b>			
3 grandes (*)	73,8	73,2	73,2
Japón	23,1	23,2	22,8
Total UE	2,3	2,7	3,1
<b>Japón</b>			
Total Japón	96,9	95,4	94,3
EE.UU.	0,8	1,6	2,1
UE	2,2	2,6	3,2

(\*) GM, Ford y Chrysler. Fuente: McGraw Hill

Tabla N° 2 (5 Dias. 11-7-1996)

La industria japonesa controla en torno al 25% (entre producción directa y exportaciones) en EE.UU., y un 10-12% en la Unión Europea. Las ventas europeas y americanas en Japón son testimoniales, del 3-5%. Las ventas europeas en EE.UU. también son testimoniales, del 2-3%; EE.UU. no exporta más del 0,5% a la Unión Europea, pero viene produciendo del 20 al 25% de los vehículos vendidos en la Unión Europea. Por consiguiente, debe señalarse que hasta ahora la UE es el competidor más débil dentro de los tres grandes grupos.

Pero estos datos comparados con los de 1957 ya representan un potencial explosivo incontrolable:

## VENTAS Y EMPLEADOS EN PORCENTAJE (%) DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS

(1) Para el cálculo del porcentaje (%) se toma como base

EMPRESAS	1957		1967		1977		VENTAS EN MILL. DE D. Y PORCENTAJE (%) (1)
	VENTAS EN MILL. DE D. Y PORCENTAJE (%) (1)	Nº. EMPLEADOS Y PORCENTAJE (%) (1)	VENTAS EN MILL. DE D. Y PORCENTAJE (%) (1)	Nº. EMPLEADOS Y PORCENTAJE (%) (1)	VENTAS EN MILL. DE D. Y PORCENTAJE (%) (1)	Nº. EMPLEADOS Y PORCENTAJE (%) (1)	
General Motors	10.989 = 100	588.160 = 100	20.026 = 100	728.198 = 100	54.961 = 100	797.000 = 100	62.698 = 100
FORD	5.771 - 52,51%	191.759 - 32,60%	10.515 - 52,50%	394.323 - 54,15%	37.841 - 68,85%	479.300 - 60,13%	38.247 - 61,2%
CRYSLER	3.564 - 32,43%	136.187 - 23,15%	6.213 - 31,02%	215.907 - 29,64%	16.708 - 30,39%	250.833 - 31,47%	10.821 - 17,3%
FIAT	560 - 5,09%	80.850 - 13,74%	1.910 - 9,53%	46.588 - 20,13%	4.514 - 8,21%	139.825 - 17,54%	19.608 - 31,3%
VOLKSWAGEN	538 - 4,89%	43.395 - 7,37%	2.333 - 11,64%	129.111 - 17,73%	10.409 - 18,93%	191.891 - 24,07%	16.822 - 26,8%
Renault	514 - 4,67%	60.000 - 10,20%	1.519 - 7,58%	114.611 - 15,73%	10.018 - 18,22%	243.456 - 30,54%	16.229 - 25,7%
Daimler Benz	426 - 3,87%	53.585 - 9,11%	1.491 - 7,44%	96.840 - 13,29%	8.633 - 15,70%	138.042 - 17,32%	16.281 - 25,8%
Volvo	186 - 1,69%	12.809 - 2,17%	659 - 3,29%	24.268 - 3,33%	3.616 - 6,57%	59.874 - 7,51%	9.538 - 15,2%
Nisan Motors	(2)	(2)	1.272 - 6,35%	59.545 - 8,17%	7.677 - 13,96%	79.837 - 10,01%	16.245 - 25,9%
Toyota Motor	(2)	(2)	1.257 - 6,27%	40.085 - 5,50%	9.601 - 17,46%	60.202 - 7,55%	15.712 - 25,1%
(*) Peugeot-Citroen	(2)	(2)	927 - 4,62%	56.503 - 7,75%	8.523 - 15,50%	184.500 - 23,14%	13.396 - 21,4%
Isuzu Motor	(2)	(2)	445 - 2,22%	15.721 - 2,15%	1.758 - 3,19%	19.000 - 2,38%	3.404 - 5,4%
Honda Motor	(2)	(2)	381 - 1,90%	10.268 - 1,41%	2.756 - 5,01%	29.084 - 3,64%	7.545 - 12,0%
Hyundai Group.	(2)	(2)	(2)	(2)	2.590 - 4,71%	70.875 - 8,89%	7.211 - 11,5%
Daewoo	(2)	(2)	(2)	(2)	851 - 1,54%	36.300 - 4,55%	(2)
Mazda Motor	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)
BMW	(2)	(2)	(2)	(2)	2.251 - 4,09%	35.684 - 4,47%	3.585 - 5,7%
Mitsubishi Motor	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)

(\*) Fusión Peugeot-Citroen. (2) No se encontraron datos. (La confección de esta tabla se basó en LA REVISTA "FO

En esta amplia tabla hemos intentado recoger las grandes mutaciones que se han venido produciendo en el curso de 40 años. Hemos tomado a General Motors (GM) como punto de referencia comparativo, puesto que era, y aún es, la primera en el ranking internacional por volumen de ventas, no sólo del sector del automóvil, sino de todos los sectores empresariales (aunque ya ha sido desplazada del primer puesto en más de una ocasión por alguna petrolera, telefónica, o por 4 consorcios japoneses (Mishubishi, Mitsui, Itochu y Sumitomo). Al 5º puesto en 1994 y al 4º en 1995.

Planteamos la observación de que el volumen de ventas está basado en la cotización de las monedas y que dicha cotización hace fluctuar las ventas en dólares de un año para otro hasta en más del 20%, sin que haya aumentado o disminuido significativamente el volumen de vehículos vendidos. No hemos podido conseguir los datos sobre el número de vehículos producidos o vendidos por cada una de esas empresas en el mundo. Admitiendo que tampoco el número de vehículos producidos o vendidos sería el modo más exacto para hacer las comparaciones entre empresas, ya que los coches pequeños no podrían ser contabilizados como los coches de lujo. Siendo en este sentido más correcto tomar como base comparativa el volumen de ventas, teniendo en cuenta la fluctuación de la cotización de las monedas en las que se contabiliza la producción, o la mayor parte de la producción de cada empresa.

Si sumamos las ventas de las empresas americanas en 1957 y las de las empresas europeas (todavía no aparecen las asiáticas), nos encontraremos con 20.324 millones contra 2.224. Es decir, las americanas venden 9,13 veces más que las europeas.

En 1967 ya son 36.754 de las americanas contra 8.812 = 4,17 de las europeas. Aparece Asia con 3.353 millones de ventas contra 36.754 = 11 veces menos que las americanas.

En 1977 las americanas venden 109.510 contra 47.964 las europeas (ya sólo 2,23 veces más) y 25.233 las asiáticas, pasando también de 11 a 4,33 veces menos.

En 1981, las americanas venden 111.766, contra 95.451 las europeas (sólo 1,17 veces) y 58.117 las asiáticas, pasando a 1,92 veces.

En 1986, las americanas venden 187.944, contra 125.938 de las europeas (caen las europeas hasta 1,49 veces) y 109.387 las asiáticas, bajando a 1,71 veces.

En 1992, las americanas venden 271.456 contra 266.803 las europeas (suben a 1,01 veces) y las asiáticas venden 287.472 millones de dólares, superando a las americanas por primera vez.

Pero en 1994, la implantación de los métodos europeos y japoneses en Detroit, tanto en la producción propia como en la externalización para la compra de los componentes del automóvil, además de los cierres de fábricas y de las modificaciones en las cadenas de montaje, volvieron a colocar a las empresas americanas en el primer puesto del ranking mundial con unas ventas de 357.362 millones de dólares, coincidiendo con la crisis de 1993-94, las europeas reducen sus ventas hasta 262.845 millones (cayendo de nuevo a 1,35 veces) y las asiáticas que continúan aumentando sus ventas hasta 310.303 millones, vuelven a caer a 1,15 veces.

En 1997, las americanas venden 392.948 millones contra 315.809 las europeas (reducen a 1,24 veces) y 343.125 las asiáticas, manteniéndose en 1,14 veces el de las americanas.

Si de esta guerra comercial entre áreas económicas pasamos a la guerra comercial entre los grandes monstruos imperialistas, podremos observar y contrastar la pérdida de poder de las empresas americanas en el mercado mundial, que pasan de representar el 91% en 1957 al 32,8% en 1992, contra el 32,3% de las empresas europeas y el 34,8% de las japonesas. Volviendo a colocarse las americanas con el 37,35% en 1997, frente al 30,02% europeo y al 32,62% de los asiáticos. Es decir, que no damos por muerta a la industria estadounidense del automóvil, sino que los hechos demuestran su capacidad de reorganización y de contraataque.

Tomando, como hacemos en la amplia tabla, a General Motors como base de contraste, podemos visualizar 4 enemigos principales a medio plazo, sin intentar responder aquí a las posibles fusiones que puedan seguir la estela de Daimler Benz-Chrysler:

1) Enemigo sobre todo interno, pero también internacional, FORD, que con una fusión o adquisición adelantaría a GM:

Desde 1957, Ford ha pasado de representar el 52,51% de



# AS DEL AUTOMÓVIL A NIVEL INTERNACIONAL 100 a GENERAL MOTORS.)

1981		1986		1992		1997	
MIL. Y (%)	Nº. EMPLEADOS Y PORCENTAJE (%)	VENTAS EN MILL. DE D\$. Y PORCENTAJE (%)	Nº. EMPLEADOS Y PORCENTAJE (%)	VENTAS EN MILL. DE D\$. Y PORCENTAJE (%)	Nº. EMPLEADOS Y PORCENTAJE (%)	VENTAS EN MILL. DE D\$. Y PORCENTAJE (%)	Nº. EMPLEADOS Y PORCENTAJE (%)
(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
100	741.000 = 100	102.814 = 100	876.000 = 100	132.774 = 100	750.000 = 100	178.174 = 100	608.000 = 100
10%	404.788 - 54,62%	62.716 - 60,99%	382.274 - 43,63%	100.785 - 75,90%	325.333 - 43,37%	153.627 - 86,22%	363.892 - 59,85%
25%	87.825 - 11,85%	22.514 - 21,89%	115.074 - 13,13%	36.897 - 27,78%	128.000 - 17,06%	61.147 - 34,31%	121.000 - 19,90%
27%	314.845 - 42,48%	19.669 - 19,13%	230.293 - 26,28%	47.928 - 36,09%	285.282 - 38,03%	52.568 - 29,50%	239.457 - 39,38%
33%	246.906 - 33,32%	24.317 - 23,65%	281.718 - 32,15%	56.734 - 42,72%	274.103 - 36,54%	65.328 - 36,66%	279.892 - 44,55%
38%	215.844 - 29,12%	17.661 - 17,17%	182.448 - 20,82%	33.884 - 25,52%	146.604 - 19,54%	35.623 - 19,99%	141.315 - 23,24%
46%	187.961 - 25,36%	30.168 - 29,34%	319.965 - 36,52%	63.339 - 47,70%	376.467 - 50,19%	71.561 - 40,16%	300.068 - 49,35%
51%	76.085 - 10,26%	11.795 - 11,47%	73.147 - 8,35%	14.920 - 11,23%	60.115 - 8,01%	24.035 - 13,48%	72.900 - 11,99%
60%	98.641 - 13,31%	20.141 - 19,59%	106.282 - 12,13%	50.247 - 37,84%	143.754 - 19,16%	53.478 - 30,01%	137.201 - 22,56%
65%	48.757 - 6,57%	31.553 - 30,68%	82.620 - 9,43%	79.114 - 59,58%	108.167 - 14,42%	95.137 - 53,39%	159.035 - 26,15%
66%	218.000 - 29,41%	15.152 - 14,73%	165.042 - 18,84%	29.387 - 22,13%	150.800 - 20,10%	32.003 - 17,96%	140.200 - 23,05%
72%	20.902 - 2,82%	6.325 - 6,15%	25.608 - 2,92%	12.458 - 9,38%	25.615 - 3,41%	14.660 - 8,22%	13.520 - 2,22%
73%	38.481 - 5,19%	12.481 - 12,13%	53.730 - 6,13%	33.369 - 25,13%	90.900 - 12,12%	48.876 - 27,43%	109.400 - 17,99%
80%	135.000 - 18,21%	2.855 - 2,77%	50.300 - 5,74%	8.606 - 6,48%	44.474 - 5,92%	12.391 - 6,95%	46.412 - 7,63%
	(2)	11.204 - 10,89%	91.944 - 10,49%	28.333 - 21,33%	78.727 - 10,49%	71.525 - 40,14%	265.044 - 43,59%
	(2)	9.678 - 9,40%	30.603 - 3,49%	20.867 - 15,71%	55.900 - 7,45%	16.630 - 9,33%	31.665 - 5,20%
91%	39.777 - 5,36%	7.166 - 6,96%	50.719 - 5,78%	20.611 - 15,52%	73.562 - 9,80%	34.691 - 19,47%	117.624 - 19,34%
	(2)	(2)	(2)	25.482 - 19,19%	45.000 - 6,00%	30.428 - 17,07%	27.324 - 4,49%

RTUNE", 1958-68-78-82-87-93-98.)

Tabla N° 3

las ventas de GM, con 32,60% de la plantilla, al 86,22% de las ventas con el 59,85% de la plantilla en 1997. La desventaja de GM con Ford es manifiesta. Le sobra más del 25% de su plantilla.

2) Mercedes-Benz, enemigo internacional en los coches de lujo. Ahora también enemigo interno con la compra de Chrysler y la construcción de plantas-Mercedes en Estados Unidos y en otros países. Entre ambas suman el 74,47% de las ventas de GM y el 69,25% de la plantilla. En 1957 sumaban el 36,30% y el 32,26%. Pero Daimler Benz sólo alcanzaba el 3,87% de la producción de GM en 1957 frente al 40% en 1997.

3) Toyota: en 1967 sumaba el 6,27% de las ventas de GM con el 5,50% de plantilla. En 1997 suma el 53,39% de las ventas con el 26,15% de la plantilla de GM. Con estos datos, a medio plazo, Toyota está marcando las pautas al sector del automóvil y a GM, ayudada por Honda, Isuzu, Suzuki y, sobre todo, Mitsubishi Motor, que produce el 17% de GM con el 4,49% de su plantilla.

4) VW: esta multinacional está saliendo de una profunda reconversión industrial iniciada en 1993 en las plantas europeas. Ha ganado una fuerte cuota de mercado en Europa, con las propias plantas y sobre todo con la modernización de la «española» SEAT y de la «checa» SKODA.

Desde 1957 ha saltado del 4,89% de ventas y del 7,37% de plantilla frente a GM hasta el 36,66% y el 44,55% en 1997.

VW se ha convertido en el enemigo n° 1 a nivel mundial para GM: ¿Por qué? Porque VW es la primera automovilística en Brasil. Está bien colocada en México. Tiene bases muy fuertes con SKODA en Europa del Este. Esta bien colocada en Sudáfrica. Y es la primera, con más del 50% del mercado chino. Esta era y es la base material del enfrentamiento entre VW y GM. López de Arriortua sólo era un títere o una especie de máscara como va demostrando la historia, en esa guerra comercial por el control del mercado internacional del automóvil.

Volviendo a GM:

En 1952, el entonces presidente de GM, Charles Wilson, sentaba doctrina patriótica en USA: «lo que es bueno para GM, es bueno para EE.UU.». En aquella época, GM aportaba el 5% del

Producto Interior Bruto estadounidense. En 1997 sólo aportaba la aún no despreciable cifra del 2,3% del PIB, o sea, 178.000 millones de dólares de los 7,5 billones que alcanzó el PIB el año pasado. Con lo que el peso de GM en la economía de EE.UU. se ha reducido a un poco menos de la mitad en 45 años.

Si, como se explica en uno de nuestros textos clásicos de Partido «Dialogato coi Morti»-«Dialogo con los muertos» (crítica al XX Congreso del PCUS en 1956), las ventas de General Motors en 1955 fueron de 9.924 millones de dólares, unos 6 billones de liras, con 577.000 empleados. Las ventas de FIAT en 1955 fueron de 310.000 millones de liras con unos 72.000 empleados, la dieciochava parte de General Motors. En 1997, estas cifras son de 178.174 millones de dólares de ventas con 608.000 empleados en GM, por 52.568 millones y 239.457 empleados en Fiat. La diferencia entre Fiat y GM se ha reducido de más de 18 a 3,39 veces.

La industria estadounidense del automóvil, como la europea, ya han pasado por otras reestructuraciones a sangre y fuego. Por ejemplo, la de 1980-83 donde casi desaparece Chrysler:

EMPRESAS	1973		1982	
	VENTAS EN MILL. D\$.	EMPLEADOS	VENTAS EN MILL. D\$.	EMPLEADOS
Gen. Motors	35.700	810.000	60.000	657.000
Ford	23.000	474.000	37.000	379.000
Chrysler	11.700	273.000	10.000	73.000

Tabla N° 4 (Fuente: Fortune, julio-1974 y 1983)

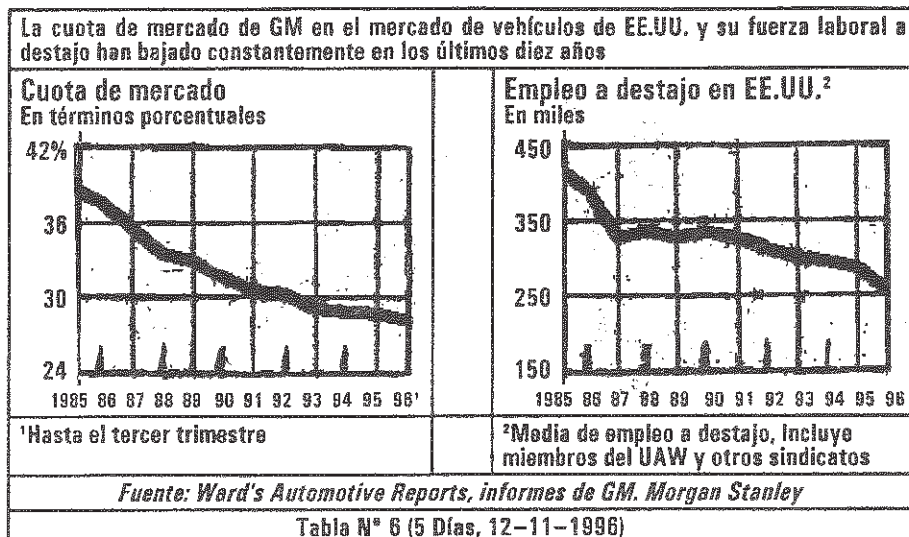
Podemos observar que el bisturí siempre se le aplica al obrero, aunque el cuerpo enfermo sea el capital. Chrysler se deshizo de 200.000 obreros, despidió al 74% de la plantilla. ¿Esta es la heroicidad que comió el general Lee Iacocca como ejecutivo de la empresa!

Obsérvese que GM también despidió a 150.000 obreros y Ford a 100.000. Pero obsérvese también que la caída tendencial en la cuota de mercado interno siguió deslizándose a la baja para las grandes de Detroit:

EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO (Datos en porcentaje)			
AÑO	CHRYSLER	FORD	GENERAL MOTORS
1975	12,3	23,6	43,9
1980	8,8	17,2	45,8
1985	11,3	18,8	42,5
1990	9,3	20,9	35,5

Tabla N° 5 (5 Días, 10-2-1997)

La caída tendencial de GM todavía no se ha detenido:



La cuota de mercado de GM viene cayendo desde el 45,8% de 1980 hasta el 30% de finales de 1998. Los trabajadores a destajo o afiliados al sindicato del automóvil (United Auto Workers) han caído aún más rápidamente, desde unos 400.000 en 1985 hasta unos 220.000 en 1996. Ahora se habla de unos 125.000.

Y lo que pierden los americanos lo conquistan los japoneses:

CHRYSLER GANA PESO (Cuota de mercado de los nueve principales vendedores de vehículos en Estados Unidos en los últimos años)			
EMPRESAS	1996	1995	% Var.
1. General Motors	31,3	32,8	-2,6
2. Ford	25,4	25,7	-1,1
3. Chrysler	16,2	14,7	+13,2
4. Toyota	7,6	7,3	+7,0
5. Honda	5,5	5,3	+6,2
6. Nissan	4,9	5,2	-2,7
7. Mazda	1,5	2,0	-16,0
8. Mitsubishi	1,2	1,3	-5,5
9. Volkswagen	0,9	0,8	+18,0
10. Otros	5,5	5,7	+10,3

Tabla N° 7 (Expansión, 3-2-1997)

Pérdidas de GM: en 1990 fueron de 2.000 millones de dólares, en 1991 de 4.450 millones, y en 1992 de 23.500 millones de dólares. En 1992, también Ford perdió 7.400 millones de dólares.

Tampoco en 1990-92 se quedó quieto el consejo de administración de GM, sino que viene utilizando el bisturí sin cesar: «Desde 1992 GM ha vendido o cerrado 53 plantas (de Delphi), a medida que reduce las líneas de producción de 310 a 151 piezas» (5 Días, 7-8-1998). Es decir, se reduce o se elimina la producción propia de los componentes subcontratando con empresas ajenas al grupo. De este modo FRAGMENTAN las plantillas y las van separando de la empresa matriz, imponiéndoles condiciones de

trabajo infernales, reduciendo drásticamente los salarios y los derechos sociales adquiridos, más fácilmente.

«Los costes de mano de obra de GM por unidad representan un 17,5% de la facturación por vehículo. Esto contrasta con el 10,2% de Chrysler Corp. y el 5% de Ford Co.» (5 Días, 12-11-1998). Ahí está el sujeto al que todos persiguen: los costes de la mano de obra, los costes del trabajo. Y estos se reducen sólo reduciendo plantilla y aumentando la productividad: «para llegar a los niveles de productividad de Ford, GM tendrá que recortar un 36% de su plantilla, un 48% de sus modelos, un 28% de sus concesionarios y un 21% de sus ejecutivos, aseguran los analistas» (5 Días, 15-7-1998). Sin olvidar que: «Desde 1992, GM ha eliminado 125.000 empleos y ha reducido de 105 a 77 el número de tipos de coches que produce, pero la reforma no ha sido suficiente. El año pasado GM necesitaba 46,5 horas para fabricar un coche, mientras que Ford sólo tardaba 34,7 horas y Toyota 31,8 horas por vehículo». Que el salario medio por empleado en la industria automovilística en Detroit «es de 43 dólares por hora. Mientras que el coste laboral de cada coche que produce GM es de dos mil dólares, los modelos Ford sólo cuestan 1.493 dólares y los de Toyota 1.368 dólares» (Expansión, 3-10-1998).

GM está atacando en todo el mundo, pero también es atacada por múltiples enemigos con capitalismo más jóvenes y ágiles, y esta guerra comercial, esta destrucción continua del trabajo acumulado, le impide a estos monstruos relajarse un solo año, un solo día. Su guerra social contra los obreros y sus guerras comerciales contra la competencia son permanentes y muy costosas, impidiéndoles ganar la guerra por la hegemonía en el mercado mundial:

EL REPARTO DE LAS VENTAS DE GENERAL MOTORS EN EL MUNDO			
En millones de dólares	1995	1996	1997
EE.UU.	113.994	113.013	127.128
Canadá y México	8.091	9.681	12.202
Alemania	12.376	12.365	10.725
Reino Unido	4.926	5.063	5.409
Francia	2.349	2.680	1.972
España	1.638	1.730	1.760
Resto Europa	8.746	8.621	8.995
Latinoamérica	6.631	7.356	8.443
Resto del Mundo	1.773	3.504	1.540

1 dólar = 139 pesetas. Fuente: Bloomberg.

Tabla N° 8 (5 Días, 7-10-1998)

En esta tabla se puede ver como contraataca GM en EE.UU., Canadá, México y Latinoamérica, mientras que está estancada o cae en el resto del mundo.

GM Europa ganó 778 millones de dólares en 1996 y un 39,4% menos, 471 millones, en 1997. Con una producción y una plantilla distribuidas como sigue, en 1995:



PLANTAS DE OPEL EN EUROPA			
Lugar y País	Producto	Producción	Plantilla
Russelsheim (Alemania)	Vectra/Calibra/Omega	141.000	24.700
Bochum (Alemania)	Astra	280.900	15.200
Eisenach (Alemania)	Corsa/Astra	159.400	1.900
Luton (Reino Unido)	Cavalier/Vectra	124.400	5.100
Ellesmere Port (R. Unido)	Astra	120.850	4.200
Antwerp (Bélgica)	Astra/Vectra	303.850	7.400
Zaragoza (España)	Corsa/Tigra	433.250	9.200
Szentgotthard (Hungría)	Astra	12.500	750
Azambuja (Portugal)	Combo/Corsa Van	55.600	1.100
Torbali (Turquía)	Vectra/Astra	7.650	300
Varsovia (Polonia)	Astra	6.750	150
En unidades. No se incluyen motores ni componentes. Datos de 1995.			
Tabla N° 9 (5 Días, 20-10-1997)			

Las ventas de GM Europa superaron los 27.000 millones de dólares en 1997, con una plantilla de 80.000 trabajadores, planeando una reducción de plantilla de «entre un 20% y un 30% en los próximos cinco años» (5 Días, 9-1-1998). La guerra por reducir los costes de la mano de obra y las plantillas es internacional. Porque quien gane esas batallas va ganando la guerra: ¿cómo? «GM invertirá 850 millones de dólares en los próximos 5 años para modernizar sus operaciones de estampado de laminas de metal en 13 plantas de EE.UU. La estrategia contempla una reducción de la plantilla de 30.000 obreros que trabajan por hora y otros 4.000 a sueldo fijo» (5 Días, 22-5-1996). Si con una inversión de 850 millones de dólares o de 8.500 millones, se pueden eliminar 34.000 puestos de trabajo ¿qué capitalista no estaría encantado con tal inversión? Y todos lo harán con el mismo objetivo: ganar o no perder cuota de mercado.

«La cuota de mercado de Opel-GM que de enero a septiembre del año pasado era del 11,6% en Europa y del 15,36% en Alemania, ha caído este año hasta el 10,7% y el 13,96% respectivamente» (Expansión, 27-10-1998), habiendo provocado ya el cambio en la dirección de Opel.

GM esta construyendo 5 nuevas fábricas en países en vías de desarrollo, proyectando otro plan de expansión mundial. «La expansión adicional será necesaria para que GM alcance su meta de aumentar las producciones fuera de Norteamérica a cinco millones de unidades anuales en los próximos 10 años, indican los ejecutivos. El año pasado, GM vendió 3,1 millones de vehículos fuera de Norteamérica, en comparación con los 5,3 millones que vendió dentro de esa región. Las cinco plantas nuevas que construye GM en Argentina, Polonia, China, Tailandia y Brasil le permitirán cumplir la mitad de esa meta» (5 Días, 12-9-1997). Con estas nuevas fábricas y con la modernización de las antiguas, también contribuirán al aumento de la sobrecapacidad productiva ya instalada y a la agudización de la guerra comercial.

«John F. Smith, presidente de GM, pronosticó en la feria del automóvil en Francfort, que para el 2005 las operaciones internacionales de GM superaran en tamaño a las de la filial norteamericana. El año pasado, GM tuvo una facturación de 101.000 millones de dólares en Norteamérica y de 35.500 millones de dólares en el resto del mundo» (Ibí.). La voluntad y el deseo parecen ir demasiado lejos en el pronóstico de Smith, cuando dice que en el año 2005, o sea, dentro de 6 años, las ventas de GM en el exterior se multiplicaran por más de 3 veces y superaran a las ventas en EE.UU.; aunque sea cierto que están muy preocupados sus ejecutivos cuando declaran que «fuera de Norteamérica está rezagada frente a Toyota Motor Corp. de Japón, y de Volkswagen AG, de Alemania» (Ibí.).

Para dar un salto de esas magnitudes necesitarían decenas y decenas de miles de millones de dólares, capitales de los que GM no dispone y tampoco le será fácil conseguir.

Tras haber recomprado acciones de la propia GM por valor de 2.500 millones de dólares, la «deuda ascendía a 81.300 millones de dólares el 30 de septiembre» de 1996 (5 Días, 28-1-1997). Con una deuda de ese tamaño (que no creemos que haya reducido mucho en estos 2 años), no le será fácil

conseguir tanto crédito. De hecho, las cosas no le deben marchar muy bien por la caída en la cotización de sus títulos: «El plan de recompra de títulos tiene como finalidad impulsar el precio de las acciones de GM en los mercados». Pues con una inversión total de 9.000 millones de dólares (5.000 antes de la huelga y 4.000 ahora) «trata de sacar del mercado aproximadamente el veinte por ciento de los títulos de la compañía que cotizan en bolsa» (Expansión, 27-10-1998).

## DELPHI Y SU SEGREGACIÓN DE GM

¿Qué produce Delphi?: Sistemas de dirección, frenos y frenos de seguridad (ABS), asientos, bujías, radiadores, cableado, bolsas de aire, baterías, luces, tableros, sistemas de encendido, módulos de aire acondicionado y sistemas de enfriamiento. «¿Qué piezas produce GM en México? Virtualmente, todo lo que requiere trabajo manual, desde conexiones eléctricas hasta la decoración de los asientos» (5 Días, 21-3-1996).

CIFRAS ESENCIALES DE DELPHI			
REGIONES	Nº DE EMPLEADOS	FÁBRICAS	EM-PRESAS CON-JUNTAS
México y Suramérica	76.000	55	11
EE. UU. y Canadá	87.000	78	6
Asia-Pacífico	4.000	12	19
Europa, M. Oriente, África	37.000	63	10
Tabla N° 10 (5 Días, 6-8-1998)			

En 1992 Delphi le vendía a GM el 85%. Para el año 2002 debería venderle a GM «sólo el 50% de su facturación, frente al 80% de la actualidad» (Negocios, 5-10-1998). Con la segregación, «Delphi se llevará unos 200.000 empleados, casi una tercera parte del total» (5 Días, 6-8-1998).

La filial de GM en México, dedicada a la producción y al montaje de componentes del automóvil, *Delphi Automotive*, tiene 53 plantas y emplea a 85.000 asalariados, habiéndose «convertido en la última década en la compañía privada con más empleados en ese país» (5 Días, 25-6-1998).

Aunque Delphi, filial de GM, empleaba en 1996 a 179.000 trabajadores en todo el mundo y producía por 26.400 millones de dólares, «todavía cuenta con una desventaja seria: el 73% de sus 68.000 trabajadores en EE.UU. están cubiertos por el contrato nacional de GM con el UAW, que otorga salarios y beneficios medios de 45 dólares por hora de trabajo. Esto es más del triple de lo que pagan muchos de los competidores de Delphi en EE.UU. que no forman parte de la UAW» (5 Días, 5-6-1996). Y, en México, las ventajas empresariales son casi 40 veces mejores: «GM dice que los costes totales de mano de obra en México —incluidos los beneficios sociales— para empleados nuevos y los que tienen empleados menos especializados, ascienden a 1,33 dólares por hora, en comparación con el salario medio de 44 dólares por hora que reciben los obreros del sindicato de trabajadores de la industria de automoción de EE.UU. (UAW)» (5 Días, 23-6-1997). Es decir, 1,33 dólares a 44 la hora. Aunque GM tiene un programa de construcción de 7.000 casitas de 36 m<sup>2</sup> para sus obreros,



por las que pagan hasta el 25% del salario durante 30 años, con una entrada del 13%, unos 7.500 dólares, a los que GM dice que añade otro tanto como entrada. De este modo consiguen atar a una parte de su mano de obra a los intereses y a las necesidades de la empresa. Puesto que en México, Delphi «tiene una alta rotación laboral. Hasta un 50% de la fuerza laboral en Juárez y en otras ciudades fronterizas se va todos los años (...) de las maquiladoras (empresas manufactureras) de Delphi» (5 Días, 30-7-1998).

El mercado mexicano absorbió en 1997 unos 500.000 vehículos entre coches y camiones, creen que en el año 2004 absorberá 1 millón de vehículos. México ya es el tercer exportador a EE.UU. detrás de Canadá y Japón, con un superávit en automóviles y derivados de 7.400 millones de dólares el año pasado. GM exportó, desde México a EE.UU., 34.156 vehículos en 1993 y 134.121 en 1997. GM vendió 139.689 vehículos en México, de los que 60.000 fueron importados desde EE.UU.

En este contexto general deben buscarse las causas de la serie de huelgas que vienen produciéndose en los últimos años en GM.

«La última vez que el conflicto entre GM y el UAW alcanzó dimensiones nacionales fue en 1970, cuando el sindicato convocó a su última huelga a nivel nacional contra el fabricante de coches. El sindicato exigió mayores salarios, aumentos ilimitados según el aumento del costo de vida y pensiones después de 30 años de servicio.

Con las ventas de vehículos en descenso y un aumento de la competencia, GM decidió mantener la línea de costes y ganar mayor productividad. Tras dos meses, GM capituló y el UAW consiguió la mayoría de sus exigencias.

Desde entonces, la reacción automática de GM ha sido evitar en lo posible este tipo de confrontaciones» (5 Días, 20-3-1996).

Pero en 1995 la dirección de GM lanzó un programa llamado «EL COMPETIDOR DESPIADADO», para reducir los costes laborales. Don Runkle, gerente general de una sucursal de Delphi, «explica que un competidor despiadado puede significar un reto para los fabricantes de más bajo coste del mundo si mantiene sus plantas en funcionamiento 24 horas al día, siete días a la semana, y programa tantos turnos como sean necesarios sin tener que pagar horas extras. Delphi no puede hacer algo así debido a las limitaciones de sus contratos» (5 Días, 5-6-1998). El secreto para superar esas trabas se llama eliminación de los obstáculos que impidan o frenen el aumento ilimitado de la productividad del trabajo. Función que personificó un tiempo López de Arriortua, pasando de GM Europa a GM América.

En marzo de 1996 fueron a la huelga durante 18 días los 3.200 trabajadores de GM en Dayton: «Los trabajadores salvaron sus objetivos a corto plazo, pero GM ha conseguido imponer un precedente en la compra de piezas a proveedores que ofrecen costes de producción inferiores a los de la marca. (...) GM podrá adquirir sistemas de frenado de la empresa Robert Bosch para dos tipos de automóvil» (El País, 23-3-1996). Todo esto, a pesar de los 18 días de huelga y de haber paralizado ya 26 de las 29 plantas, y a 175.000 de los 250.000 empleados de GM en EE.UU. GM todavía producía «el 70% de las piezas que usa para sus vehículos, frente al 50% de Ford y el 30% de Chrysler» (El País, 22-3-1996). Las grandes huelgas que hizo estallar GM en 1996 en EE.UU. y en Canadá «le costaron unos 1.200 millones de dólares» (El País, 29-1-1997).

«Para alcanzar la productividad de Ford Co. y Chrysler, GM tiene que eliminar entre 50.000 y 70.000 empleados. Para emprender semejante reestructuración, los ejecutivos de GM reconocen que necesitan la ayuda de UAW» (5 Días, 5-5-1997). ¿Y si no llega toda esa ayuda del sindicato?

Los ejecutivos de GM sostenían ya en la huelga de 1996 que esta empresa «nunca podrá competir en el tema de costes con empresas como Chrysler Corp. y Toyota Motor, hasta que no logre imponerse al UAW», concluyendo que el resultado final del

enfrentamiento «sólo podrá ser la aceleración de la reestructuración de la industria automovilística de EE.UU.» (5 Días, 20-3-1996). Esta aceleración la ha conseguido la patronal con el fin de la larga huelga de 1998.

Filosofía laboral tras la huelga en GM: construcción de nuevas plantas que «necesitarán la mitad de empleados».

Con la segregación de Delphi, su fabricante de componentes, GM podrá comprar así esos componentes «más baratos de fabricantes independientes». El resultado de la huelga es «una GM marcada por el sello de la velocidad y la flexibilidad» (5 Días, 7-8-1998).

Como parte del acuerdo alcanzado en julio de 1998 para poner fin a la huelga de la ciudad FLINT, GM se comprometió a que Delphi «no vendería esa planta ni otras dos antes de principios del año 2000» (5 Días, 6-8-1998). ¿A qué se comprometió el UAW?: «El acuerdo de paz se basa en el compromiso del UAW de no iniciar movilizaciones en ninguna planta de la compañía», aceptando «aumentar la productividad en un 15% en estas plantas» de Flint (Expansión, 30-7-1998).

Una huelga de casi 60 días, de 9.200 trabajadores de GM en las plantas de Flint (Michigan), fue arrojando al paro técnico a 192.000 empleados en 29 plantas en EE.UU., Canadá y México. La huelga se inició el 5 de junio y duró hasta final de julio. La empresa habría tenido unas pérdidas de entre 2.500-3.000 millones de dólares. La producción de vehículos cayó desde 22.500 diarios a finales de junio, hasta 2.800 al final de la huelga.

A primeros de octubre, Smith, presidente de GM, confirmaba oficialmente la decisión de SEGREGAR DELPHI de General Motors con el objetivo de comprar los componentes a precios más bajos.

Una de las principales justificaciones que ofrece el *United Auto Workers* (UAW) para convocar las huelgas en GM «es impedir que GM exporte más trabajos a México y a otros países donde se pagan salarios bajos» (5 Días, 14-7-1998) y el UAW acusa a GM de romper el contrato social, que obligaría a la compañía a «proveer empleos seguros y bien pagados a ciudadanos estadounidenses» (5 Días, 16-6-1998).

La aristocracia obrera y el tipo de organización sindical que les representaba en los años del BOOM, en los años 50-60, ya había demostrado que no sirve para nada en tiempos de crisis. Este *United Auto Workers*, es el mismo que asumió los 200.000 despidos, el 74% de los asalariados de Chrysler en 1980-82, los 150.000 asalariados de GM y los 100.000 de Ford; y si ya lo hizo entonces ¿por qué razón no lo debería hacer ahora? ¿Acaso se ha creído alguien que el UAW es un sindicato de clase, o incluso un simple sindicatillo de derechas aún no integrado del todo en las instituciones burguesas? El UAW es una institución burguesa, y por mucha combatividad que desplieguen los obreros, el enfoque de esa combatividad, los impulsos que brotan del choque de intereses entre asalariados y patronal, siempre serán dirigidos hacia callejones sin salida, hacia posiciones interclasistas, hacia arbitrajes estatales, hacia la sumisión de los intereses obreros a las necesidades de la empresa, de la nación y de la sociedad burguesa.

GM y el UAW lo tienen bastante claro. No se ponen de acuerdo cuando el UAW considera que los intereses de la empresa y los de EE.UU. deben defenderse sólo dentro de sus fronteras y de los límites de la empresa, en lugar de comprar y vender en el mercado mundial tanto los productos como la fuerza de trabajo que los produce. En esto la visión de GM es internacional, es reaccionaria porque golpea a los trabajadores de EE.UU., y es la política coherente del capitalismo y de la empresa capitalista. La visión del UAW es nacionalista y es reaccionaria porque no va a la clase obrera como una clase internacional, autofiniendo su radio de acción a las fronteras de Estados Unidos, mientras que la patronal mira al mundo entero como su campo de acción, desplazando la producción allí donde los costes laborales son más bajos: «GM insiste en que es necesario mantener su política de recorte de los gastos laborales como único medio para mejorar la competitividad.



“Las plantas que continúan perdiendo millones de dólares cada año debido a métodos de trabajo no competitivos impiden ser a GM un contendiente fuerte en el mercado”, dijo ayer Donald Hackworth, vicepresidente de la compañía.

Los representantes sindicales, por su parte, argumentan su protesta en el grave perjuicio que supone el proceso de la externalización que se lleva aplicando durante los últimos años, así como el progresivo traslado de la producción a otros lugares con costes laborales más bajos. GM es, entre los tres grandes de Detroit, el que menos utiliza su capacidad instalada. Según diversos analistas, GM produce un 81% de lo que podría, frente a un 88% de Chrysler y un 94% de Ford Motor» (5 Días, 3-7-1998).

Ante esta política patronal de subcontratar a mitad de precio, fragmentando al núcleo obrero; o sacando la producción a México: ¿qué línea debe seguir y qué propone el sindicalismo de clase e internacionalista?

1) Tender a organizar a todos los trabajadores, no limitándose a la empresa ni al sector; 2) promover la acción sindical poniendo todos los recursos políticos, económicos y organizativos del Sindicato al servicio de los trabajadores de las subcontratas o filiales en EE.UU. u otros países como México, etc., y antes en EE.UU., apoyando y organizando a los inmigrantes.

Es decir, ver en todos los asalariados explotados a una CLASE única por encima de razas, sexos, fronteras, océanos o continentes. Pero pedirle esto al UAW es como pedirle peras al olmo.

En realidad, la huelga no ha sido ni general ni estatal. Ha sido una huelga parcial. Una huelga de 9.200 asalariados en una empresa con 608.000. La presión que debían hacer y que sólo podían hacer los 608.000 era imposible que la hiciesen 9.200 trabajadores.

Es conocido que «los 7.200 miembros del UAW en la planta de Saturn en Spring Hill, Tennessee, autorizaron a sus dirigentes a convocar una huelga, que podría comenzar este mismo viernes si la dirección

nacional del sindicato da su permiso» (5 Días, 21-7-1998). En otras fábricas también votaron por ir a la huelga... pero la dirección nacional del sindicato prefirió mantener aislados a los 9.200 de Flint, en lugar de organizar grandes movilizaciones conjuntas de todas las fábricas. En 1970, todavía hicieron huelga general a nivel de todo el Estado... y esa fue la base del triunfo de entonces, lo de ahora se quedó en un *paro técnico* para 190.000 obreros que no tenían necesidad de luchar porque ellos no estaban en huelga, estaban en *paro técnico*, percibiendo el subsidio de desempleo.

## FORD

«Uno de los detalles del acuerdo (UAW-Ford) es que Ford garantizará los empleos del 95% de los afiliados a la UAW. Esta es una garantía que GM no puede mantener, ya que quiere eliminar por lo menos un 15% de sus 215.000 empleados sindicales para reducir costes» (5 Días, 19-9-1996). En 1996, la afiliación en la industria del automóvil había caído de 1,5 millones en 1979, hasta 800.000 en 1996.

Se puede observar que la línea seguida en sus relaciones con el UAW, es la del famoso consenso. Ford garantiza el 95% de los empleos sindicados, descargando los golpes sobre los no sindicados, contando con la ayuda, aunque sea pasiva, del sindicato. Como la llamada externalización (subcontratación fuera de la empresa de una parte de los componentes del automóvil) está mucho más avanzada en Ford que en GM, las medidas de reducción de plantillas y cierres de centros productivos que se van quedando obsoletos, no es tan apremiante en Ford como en GM, en EE.UU. Donde Ford está teniendo problemas y fuertes pérdidas es en América Latina (en Asia aumentó hasta el 33% su participación en la japonesa Mazda Motor, tomando el control de la empresa, pero no pudo comprar la coreana Kia).

La ruptura, el 1-1-1995, de la alianza entre Ford y VW en la subsidiaria común, Autolatina, que funcionaba en Brasil y Argentina, le costó a Ford una inversión de más de 2.500 millones de dólares en Brasil para continuar en el mercado, con fortísimas pérdidas en 1996 y 1997 para recomponer la producción de sus vehículos. La jugada de Volkswagen a Ford, al parecer le salió magistral, al quedarse con la producción, las líneas de venta y el mercado.

Alex Trotman, presidente de Ford declaraba sobre el tema de fusiones: «Ford quizá pudiera sobrevivir sola, pero quizá no. Estamos abiertos a cualquier posibilidad» (La Gaceta, 29-9-1998).

«Hoy, desarrollar un nuevo vehículo como el *Focus* cuesta más de 2.000 millones de dólares... En el mercado global actual, no se espera que ningún coche sea competitivo por más de 4 años» (5 Días, 12-10-1998). ¿Cuántos grupos y, por tanto, cuánto tiempo podrán continuar manteniendo esos elevados costes?

Sin olvidar que llueve sobre mojado cada vez que se aumenta la producción o se lanzan otros modelos al mercado mundial ya saturado: «se pueden fabricar 20 millones de coches más que los que se venden» por el exceso de capacidad existente. Hay estancamientos de la demanda mundial: «54 millones de unidades producidas, cifra que no ha cambiado significativamente en los últimos 4 años» (5 Días, 6-1-1998). El campo del automóvil está abonado para el Krack industrial.

## AMÉRICA LATINA, PRODUCCIÓN Y VENTA DE COCHES.

Se habla mucho de la naciente industria del automóvil en América Latina, pero se publican muy pocos datos para poder contrastarlos entre sí y con el resto del mundo. En las tres tablas siguientes publicamos las ventas interiores, la producción y las exportaciones de automóviles, país por país, referentes a 1997 y en proyección para el año 2003:

VENTAS			PRODUCCIÓN			EXPORTACIONES		
Ventas de automóviles en Latinoamérica, en miles de unidades			Producción de automóviles en América Latina en miles de unidades			Exportaciones de automóviles en Latinoamérica, en miles de unidades		
País	1997	2003	País	1997	2003	País	1997	2003
● Brasil	1.940	2.623	● Brasil	2.067	2.822	● México	984	1.526
● México	488	1.085	● México	1.338	2.324	● Brasil	412	746
● Argentina	415	753	● Argentina	445	769	● Argentina	214	367
● Venezuela	178	218	● Venezuela	153	192	● Venezuela	14	21
● Chile	170	234	● Colombia	79	108	● Ecuador	7	9
● Colombia	164	215	● Chile	26	40	● Colombia	6	14
● Perú	40	62	● Ecuador	25	32	TOTAL	1.627	2.683
● Ecuador	35	47	● Perú	1	2			
TOTAL	3.430	5.237	TOTAL	4.134	6.287			

Tabla N° 11 (Negocios, 3-9-1998)

Estos datos reflejan ya una potente industria en Brasil y México, con 2 millones y 1,33 millones de coches producidos. Con medio millón y casi dos millones vendidos en México y Brasil. Les

sigue Argentina con una producción de 445.000. Y como potenciales productoras quedan Venezuela, Chile y Colombia. La producción total llegó a 4.134.000, proyectándola a 6.287.000 para 6 años después, para el 2003. En cuanto a las exportaciones, México ya exportó casi 1 millón en 1997, Brasil 412.000 y Argentina 212.000.

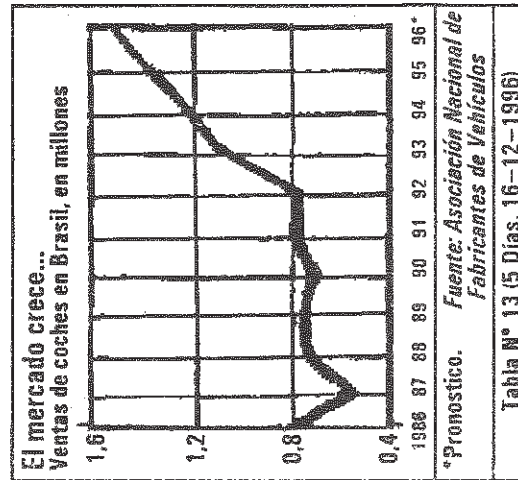
En 1997, los 3,4 millones de automóviles vendidos en América Latina supusieron un aumento del 30,8% respecto a los 2,6 millones vendidos en 1995. Las proyecciones de ventas realizadas antes de junio por *Standard & Poor's* «predecían unas ventas de 5,2 millones de unidades en el año 2003, con un crecimiento hipotético del 52% respecto a 1997» en América Latina (Negocios, 3-9-1998).

Pero salta a la vista la siguiente pregunta: ¿quién, o qué grupos controlan la producción y las ventas en América Latina? Los grupos son los mismos que actúan en el resto del mundo. Los países latinoamericanos no poseen marcas propias, por lo general, son las multinacionales europeas las que controlan la producción y las ventas en Brasil y en Argentina.

Tabla N° 12 VENTA DE COCHES EN 1995

	BRA S I L	ARGENTINA
Volkswagen	470.500 - 34,30%	44.700 - 15,96%
Fiat	389.000 - 28,30%	79.300 - 28,32%
Gen. Motors	286.000 - 20,80%	62.500 - 22,32%
Ford	150.700 - 10,90%	37.500 - 13,39%
Otros	76.200 - 5,50%	56.000 - 20,00%

Si Brasil es el principal mercado, quien controla ese país, controla Mercosur. En este caso la alemana VW controlaba el 34,3% de las ventas + el 28,3% de la italiana Fiat, suman el 62,6%, por el 31,7% de los estadounidenses. En Argentina se añade la francesa Renault, que junto a Fiat y a VW, suman el 66,6%. En México controla Chrysler la producción y la exportación a EE.UU., le siguen GM y VW muy igualadas. Esto es la trayectoria brasileña:



En 1997 se aceleró la tendencia: «El mercado brasileño es, actualmente, el séptimo del mundo en importancia, por delante de Corea y de España. Su volumen de matriculaciones ha

pasado de 580.000 unidades en el año 1987 a 1,73 millones de unidades el pasado ejercicio» (5 Dias, 6-10-1998). Los proyectos en construcción y las fábricas en producción, de realizarse, convertirían a Brasil en una gran potencia automovilística e industrial mundial.

### INVERSIONES EN MARCHA EN BRASIL

MARCA	CUIDAD	PRODUCTOS	INVER. (MILL. D\$.)	INICIO PREVISTO DE LAS OPERACIONES	PRODUC. PREV. EN EL AÑO
Chrysler	Campo Largo	C. ligeros	315	Jul./98	n/d
Chrysler/BMW	Campo Largo	Motores	500	1999	9.000
Fiat	Betim	Motores	500	1999	n/d
	Belo Horizonte	C. ligeros	200	1999	n/d
Ford	En estudio	n/d	1.000	n/d	n/d
General Motors	Mogidas Cruzes	Componentes	150	Fin 1998	n/d
	Gravatái	Turismos	600	1999	120.000
	En estudio	Motores	500	1999	n/d
	En estudio	Turismos	150	n/d	n/d
Honda	Centro oeste	Turismos	100	Oct./97	15.000
Iveco	Sumaré	C. ligeros	240	Jul./99	20.000
Mercedes	Sete Lagoas	Turismos	820	Dic./98	70.000
Renault	Juiz de Fora	Turismos	1.000	Dic./98	110.000
	Juiz de Fora	Motores	100	2001	n/d
Toyota	Sao José Dos Pinhais	Turismos	150	Finales 1998	15.000
Volkswagen/Audi	Indaituba	Turismos	750	Dic./98	168.000
Volvo	Sao José Dos Pinhais	Camiones	50	Primeros 1998	n/d

MARCA	LOCALIDAD	PRODUCTOS
Fiat	Betim	Turismos y comerciales ligeros
Ford	Sao Bernardo de Campo	Turismos y comerciales ligeros
	Ipiranga	Comerciales ligeros, camiones y chasis de autobuses
	Taubaté	Motores y transmisiones
	Osasco	Fundición
	Guaruhos	Componentes electrónicos
General Motors	Sao Caetano Do Sul	Turismos
	Sao José de Campos	Turismos, comerciales ligeros, camiones y motores
Mercedes	Sao Bernardo de Campo	Camiones, chasis de autobuses y motores
	Campinas	Plataformas de autobuses
Scania	Sao Bernardo de Campo	Camiones, autobuses y motores indust. y marítimos
Toyota	Sao Bernardo de Campo	Comerciales ligeros
Volkswagen	Anchieta	Turismos y comerciales ligeros
	Taubaté	Turismos
	Sao Carbs	Motores
	Resende	Camiones y autobuses
Volvo	Curitiba	Camiones, autobuses y motores

Tabla N° 14 (5 Dias, 6-10-1998)

Fuente: Anfavea



Brasil no tiene capacidad de compra o posibilidades de pago de tanto automóvil como podría ser producido en todas esas plantas en construcción, más las que ya están produciendo. De hecho, al poco de estallar la burbuja financiero-especulativa, comenzaron los *cierres técnicos* de las fábricas del automóvil en Brasil: «En Brasil, las filiales de Fiat, Ford y Volkswagen han decidido paralizar su producción durante unos días... La caída de las ventas y el consiguiente aumento del número de automóviles almacenados en las fábricas han dado pie» al paro de sobreproducción (Expansión, 6-7-1998). ¿Dónde se exportaría la producción de esa nueva capacidad instalada? ¿a EE.UU., a Europa, a Asia...?

Recalcaremos solamente que un área que ya produjo el año pasado 4 millones de coches debe de haber salido hace mucho tiempo de la *etapa de difusión del capitalismo*, cabalgando en *carros* de gasolina, de gasoil y de caña de azúcar, por la expansión y la conquista del mercado no sólo nacional sino mundial, en lugar de mantenerse atados al talle del señor terrateniente.

### VW COMO ENEMIGO EN EL MERCADO MUNDIAL

En 1996, las ventas de VW fueron de 100.123 millones de marcos (por 80.041 en 1994); de los que el 36,41% se realizaron en Alemania, y el 37,72% en el resto de Europa. Le sigue América Latina con el 12,82% (12.828 millones de marcos); América del Norte con el 6,92%; Asia el 4,53% y África el 1,69%. En 1997 la producción aumentó un 13%, hasta 4.290.875 vehículos y las ventas el 6,4% hasta 4.250.414 vehículos (con una plantilla de 279.892 empleados), y con una cuota del mercado alemán del 27,5%, el 21,1% en el estado español, el 17,2% en Europa occidental y el 10,4% del mercado mundial (5 Días, 5-6-1998).

VENTA DE COCHES EN EUROPA					
MARCA	ENE.-DIC.	97/96	MARCA	ENE.-DIC.	97/96
Volkswagen	1.392.718	-1,8	Peugeot	889.395	-1,9
Audi	462.285	12,4	Citroën	626.529	0,8
Seat	331.953	16,4	● TOTAL	1.516.024	-0,8
Skoda	114.866	41,1			
● TOTAL	2.301.822	4,8	BMW	432.220	0,8
			Rover	388.978	3,1
Opel/Vau	1.558.469	1,7	● TOTAL	821.198	1,9
Saab	58.606	3,6			
Otros	6.491	-42,7	Renault	1.326.185	2,8
● TOTAL	1.623.566	1,5	Mercedes	495.148	7,0
			Volvo	231.540	12,4
Fiat	1.288.839	11,9			
Lancia	177.304	11,3	Nissan	400.872	8,6
Alfa Romeo	128.673	9,4	Toyota	372.575	12,1
Otros	2.669	18,4	Honda	218.218	12,0
● TOTAL	1.597.422	11,8	Mitsubishi	176.289	18,7
			Mazda	184.834	7,3
Ford	1.489.673	1,5	Otros	201.244	21,1
Jaguar	18.285	22,1	● TOT. JAPONESES	1.522.032	12,4
● TOTAL	1.507.958	1,7			
			● Coreanos	285.847	14,6

Tabla N° 15 (5 Días, 14-1-1998)

Las ventas totales de coches en el mercado europeo se situaron en los 13.410.000 unidades, un 4,8% más que en 1996. En la tabla siguiente se observa como va ganando cuota de mercado VW en Europa.

DESARROLLO DE LA CUOTA DE MERCADO EN EUROPA OCCIDENTAL				
FABRICANTE	1995	1996	1997	1998
Volkswagen	16,7	17,3	18,0	18,4
General Motors	13,1	12,6	12,3	12,0
PSA	12,0	11,7	11,3	11,5
Ford	11,8	11,7	12,0	11,2
Fiat	11,1	11,5	11,5	11,8
Renault	10,3	9,9	9,3	9,1
BMW	6,4	6,2	6,4	5,9
Mercedes-Benz	3,4	3,6	3,8	4,9
Volvo	1,8	1,5	1,5	1,4
Japoneses	10,7	10,8	10,6	10,5
Coreanos	1,5	2,0	2,1	2,0
Otros	1,1	1,2	1,2	1,2

Tabla N° 16 (Expansión, 3-1-1997)

«Durante los últimos 4 años, México ha atraído 7.000 millones de dólares en nuevas fábricas de coches y componentes, y se esperan otros 8.000 millones en los próximos 2 años. General Motors fabrica aquí sus sedán, Nissan Motors sus furgonetas, Ford sus camionetas y Daimler Benz los camiones Freightliner» (5 Días, 24-6-1998).

«Entre 1994 y 1998, las exportaciones de vehículos a EE.UU. prácticamente se duplicaron a más de 800.000 unidades. Este año, las exportaciones a EE.UU. de coches y camiones hechos en México, que ahora representan al 15% del mercado estadounidense podrían sobrepasar el millón de vehículos». «Para los europeos, México se está convirtiendo en una plataforma interesante para llegar al consumidor estadounidense» (Ibí.).

«Este año, Volkswagen de México tiene planeado fabricar más de 450.000 vehículos, unos 60.000 por encima del nivel récord (...) del año pasado». «La producción por trabajador en Puebla es superior a la que se consigue en Alemania: el trabajador promedio trabaja 42 horas semanales. Además, su salario promedio es 13,50 dólares por día» (Ibí.).

El salario no llega a 2 dólares a la hora en la planta automovilística de VW en Puebla y *su productividad por trabajador es superior a la de Alemania*, ¿cómo son esas cárceles de producción y de montaje, que le dejaron a VW 1.500 millones de dólares de ganancia en 1997, según *Negocios*, 7-9-1998?

El volumen de las exportaciones de coches desde México a EE.UU. pasó de unos 6.000 millones de dólares en 1992 a 18.000 millones en 1997. Chrysler encabeza el *Ranking*, con unos 350.000 vehículos, le siguen GM y VW.

«En 1996, VW vendió 244.900 vehículos en Norteamérica, un alza del 19,4%. En mercados emergentes de Latinoamérica como Brasil y Argentina, sus ventas alcanzaron las 589.700 y 71.300 unidades, con alzas del 4,3% y 46,2%» (Negocios, 29-1-1997).

«El fabricante automovilístico checo aumentó su producción un 35,8% en 1997, hasta 375.405 vehículos (...). Skoda prevé alcanzar una producción de medio millón este año» (Expansión 12-9-1998). «VW aprobó el plan de su filial checa

Skoda para iniciar el proyecto de construcción de una planta en Rusia que producirá el modelo Felicia» (Negocios, 13-2-98).

El grupo VW compró los automóviles ingleses Bentley (habiéndose visto obligados a dejar Rolls Royce en manos de otro grupo alemán, BMW, que ya controlaba la otra fábrica británica de coches de lujo, Rover), compró la fábrica de motores ingleses de alta gama Cosworth, y compró la fábrica italiana de coches de lujo, Lamborghini.

El grupo VW «vendió 371.529 vehículos en 1997 en la zona asiática del Pacífico, lo que representa una progresión del 11,5% con respecto a 1996 (...). China ha sido la que más coches ha comprado, con 279.423 unidades, con un aumento del 17,2%. VW ha aumentado su cuota de mercado dentro de este país con un 52,7%, lo que le ayuda a conservar su posición de líder de este sector» (5 Días, 3-2-1998).

«VW espera el permiso de las autoridades chinas para construir el Audi A6 en China». «VW, que controla actualmente el 58% del mercado chino, espera así aumentar sus ventas en los próximos años en el país más poblado del mundo. En el primer semestre VW ha vendido 151.000 coches en China, un 6% más a pesar de la crisis asiática» (5 Días, 7-8-1998).

No se debe olvidar que los vehículos particulares aún resultan muy caros para el poder adquisitivo de la mediana y pequeña burguesía chinas. Pero si ese poder adquisitivo aumenta, cuando eso suceda, VW tiene una posición privilegiada, una perspectiva envidiable de grandes negocios en China para sus dos empresas: Shanghai-Volkswagen y Faw-Volkswagen, controlando la producción y venta del 40-60% de los vehículos particulares adquiridos en China. Aunque hay grandes proyectos para instalar nuevas fábricas por parte de VW, GM, Honda, Toyota, Citroën, Renault, Fiat, etc.

El acuerdo o pacto firmado entre el sindicato metalúrgico (I.G. Metal) alemán y VW en 1993 fue un gran trampolín para el relanzamiento hacia la conquista del mercado europeo y del mercado mundial. Con la famosa semana de 4 días, o reducción legal de 36 a 28,8 horas semanales, que entró en vigor en enero de 1994, a los trabajadores se les redujo «un 10% de su sueldo. Los trabajadores también renuncian a un incremento salarial pactado ya con la empresa de 3,5 puntos para 1994» (5 Días, 26-11-93). Como de lo que se trataba era de generalizar la flexibilidad anual de la jornada, se eliminó la oficial de 36 horas, reduciendo los salarios un 13,5%, pero la jornada efectiva siguió siendo de 36 horas semanales, puesto que había que realizar la producción, que aumentaba cada día más, al aumentar las peticiones de coches VW, por su abaratamiento en el mercado; pero los trabajadores se quedaron sin el 13,5% de sus salarios ¡¡Ésta fue la base principal de la recuperación del negocio de VW en Alemania!! Y sobre esta base se lanzó la modernización, la ampliación o la construcción de nuevas plantas en todo el mundo.

Ésta es una de las bases de la agresividad de VW; amenazando con comprar empresas automovilísticas por medio mundo, donde hasta ahora sólo está encontrando las contundentes respuestas de otras empresas alemanas: BMW y Daimler-Benz.

El escándalo VW-GM sobre los secretos que se habría llevado López de Arriortua en su paso por GM, al final se ha quedado en agua de borrajas.

El 1 de mayo de 1992, Arriortua fue nombrado vicepresidente y director de compras de GM; el 16 de marzo de 1993, Arriortua se pasó con armas y bagajes a VW; 7 días después le siguió su equipo. En mayo de 1996 negociaba el gobierno alemán

directamente con el gobierno estadounidense: «Rexdordt expresó sus deseos de que se aproximen los puntos de vista y que se encuentre una solución en interés de la industria automovilística alemana» (El País, 5-12-1996). Unos meses después se dejó de airear el robo de los secretos, acordando una solución extrajudicial entre GM y VW para cerrar las denuncias por espionaje industrial contra el equipo de López de Arriortua y contra VW. El acuerdo establece una indemnización de 100 millones de dólares, y unas compras de otros 1.000 millones de dólares en componentes del automóvil a empresas de GM hasta el año 2003. Y finalmente: «La justicia alemana pone fin al el "caso Arriortua", la mayor "guerra" del automóvil. Ha sido sobrepasado por las incógnitas que pesan sobre la celebración del juicio» (Negocios, 28-7-1998). El fin del escándalo sobre el robo de los documentos ha dado paso a las cifras de inversión y a los nuevos modelos.

El grupo VW tiene proyectado invertir 24.000 millones de dólares (3,5 billones de pesetas) entre 1998 y el año 2000. El nuevo Golf de VW, lanzado en agosto de 1997, reducía su tiempo de montaje desde 32 horas a 20, un 37,5% menos.

Éstas son algunas de las causas por las que le temen a VW en el negocio de la industria del automóvil.

## DAIMLER BENZ—MERCEDES

Mercedes ha tomado la calle del medio para crecer y ha invadido el gran imperio del Tío Sam y todo el continente americano. Primero lanzó Mercedes su producción en Alabama (EE.UU.), siguiendo los pasos de la otra alemana de coches de lujo, BMW, que había iniciado su producción en 1994 en EE.UU. y donde ya realiza casi el 20% de sus ventas.

«El montaje del Smart (el mini coche de Mercedes) en la ciudad francesa de Hambach es el más rápido de la historia: 4,5 horas frente a las 15 horas de un automóvil normal» (Expansión, 6-3-1998). Construye otra planta en Juiz de FORA, Brasil. Pero el gran salto de Mercedes ha sido la compra de la americana Chrysler.

La absorción de Chrysler por Daimler Benz (que tendrán un 43% y un 57% en la nueva empresa) dará lugar a un consorcio mastodónico, si se consolida, con una facturación conjunta de 130.000 millones de dólares en 1997, casi 20 billones de pesetas. Con una plantilla de 300.000 + 121.000 = 421.000 trabajadores. Y 4 millones de vehículos vendidos en 1997. Con plantas de producción extendidas por todo el mundo, aunque entre Europa y Norteamérica (NAFTA-TLC) suponen el 93% de las ventas de Chrysler (Latinoamérica el 1% y Asia el 1%) y el 85% de Daimler Benz (Latinoamérica el 4% y Asia el 8%).

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE VEHICULOS, EN 1997, EN MILLONES		VENTAS EN EE.UU., EN 1997, EN MILLONES DE VEHICULOS	
General Motors	8,77	Gen. Motors	4,70
Ford	6,94	Ford	3,80
Toyota	4,84	Chrysler	2,30
Volkswagen	4,20	Toyota	1,29
Daimler-Chrysler	4,08	Honda	0,94

Tabla N° 17



Con la compra de Chrysler, Mercedes rompe el ya inestable equilibrio en la producción y en la venta de vehículos. Tras las fuertes reconversiones sufridas por Chrysler (y también por Daimler Benz-Mercedes) en los últimos años, dichas empresas parecen estar bastante saneadas.

«Chrysler sólo produce una tercera parte del valor de sus coches (el 33%), y este porcentaje es del 45% en Ford y del 55% en General Motors» (5 Días, 6-1-1998).

Otras empresas alemanas vienen comprando los negocios de componentes del automóvil:

«La empresa estadounidense Alliedsignal completa la venta de sistemas de frenos a la alemana Robert Bosch. La operación está valorada en 1.500 millones de dólares» (Negocios, 15-4-1996).

El fabricante alemán de neumáticos, Continental, «anunció ayer la compra de la división de frenos y chasis de ITT por 1.930 millones de dólares» (Negocios, 28-7-1998).

## FIAT

Veamos la síntesis de una crónica del diario financiero «The Wall Street Journal»-5 Días, 12-9-1996, sobre Fiat:

«Fiat está invirtiendo unos 14.200 millones de dólares en su expansión mundial y en nuevos productos. Las ventas mundiales ascenderán este año a un récord de 2,8 millones de coches y vehículos comerciales ligeros, un aumento del 18% respecto a 1996.

En Europa, donde su cuota de mercado es del 12,5%, Fiat sigue dependiendo mucho del alto volumen de ventas de vehículos que dejan un bajo margen de beneficios, mientras los fabricantes alemanes asedian a sus Alfa Romeo y sus Lancia.

Los productos de alto volumen de Fiat están sometidos a una presión cada vez mayor por los nuevos modelos pequeños de VW, Ford Motor Co., Daimler-Benz AG y Daewoo Motor Corp. A la vez, Fiat se enfrenta a una dura batalla para proteger la cuota de mercado de sus marcas de lujo, Alfa Romeo y Lancia».

Los negocios siguieron su buen curso durante el año 1997.

EL GRUPO FIAT POR SECTORES DE ACTIVIDAD						
	INGRESOS NETOS (*)		EMPLEADOS (unidades)		INVERSIONES (*)	
	1997	1996	1997	1996	1997	1996
Fiat Auto	50.550	42.502	118.000	116.144	2.550	3.248
Iveco	11.500	10.749	32.100	32.448	440	492
Nev Holland	10.200	8.558	19.100	18.619	260	468
Teksid	2.300	1.961	11.700	11.620	150	110
Magneti marelli	6.650	5.806	24.300	25.044	390	450
Comau	1.600	1.610	4.800	4.258	30	32
Fiat Avio	2.400	1.745	8.500	5.141	60	70
Fiat Ferroviaria	750	731	2.400	2.493	30	55
Snia BPD	2.850	2.972	7.300	8.962	180	221
Itedi	800	697	1.500	1.438	10	18
Toro Assicurazioni	3.900	3.433	2.800	2.813	40	25
Diversos	(4.000)	(2.841)	11.500	8.887	360	128
<b>TOTAL DEL GRUPO</b>	<b>89.500</b>	<b>77.923</b>	<b>242.000</b>	<b>237.865</b>	<b>4.500</b>	<b>5.317</b>

(\*) Miles de millones de liras.

Tabla N° 18

Aumentaron los ingresos y la plantilla, aunque ya se redujeron las inversiones de 5,3 a 4,5 billones de liras.

Fiat ha invertido unos 1.000 millones de dólares en la ampliación y modernización de sus instalaciones en la ciudad de Betim (Brasil) para producir más de 2.000 coches diarios. En la nueva fábrica de Córdoba

(Argentina), la producción está en unos 150.000 coches anuales. Fiat es el mayor fabricante en Polonia con la adquisición del grupo estatal FSM. Con plantas de ensamblado en India, Venezuela, Marruecos y Sudáfrica...

Siguiendo la larga tradición de las buenas relaciones industriales y comerciales con el antiguo capitalismo estatal ruso, Fiat se esfuerza por mantener aquel mercado en otros tiempos tan seguro.

«Fiat está invirtiendo en una empresa conjunta rusa por 800 millones de dólares, que producirá hasta 150.000 coches al año» (5 Días, 24-9-1998). Esta inversión, en plena crisis rusa, no tiene visos de ser muy rentable a corto y medio plazo, como sucede ya en Brasil.

Fiat «que depende de Brasil como su segundo mercado más importante, declaró beneficios antes de impuestos de 1.200 millones de dólares, lo que representa una baja del 9% con respecto a los 1.360 millones obtenidos el año pasado» (5 Días, 24-9-1998). «Fiat comunicó que sus beneficios operativos cayeron al 3,3% de sus ventas netas durante el primer semestre del año, frente al 4,4% del año anterior» (Ibí.). Aunque la «rentabilidad de la rama automovilística de Fiat se ha reducido del 3% al 0,4%, debido fundamentalmente a la caída de las ventas en Brasil» (Ibí.). La internacionalización también conlleva esos y otros muchos riesgos.

«Cesare Romiti, presidente saliente de la compañía afirmó que «en los últimos siete años las ventas de FIAT en el exterior han pasado de representar el 44% del total a un 62%. Esto significa que vendemos fuera seis de cada 10 coches, siete de cada 10 camiones y nueve de cada diez tractores. El proceso de globalización que ha llevado a que el 40% de la plantilla esté en el extranjero» (5 Días, 23-6-1998). Y ante los primeros síntomas de la crisis financiero-especulativa mundial en Europa, «Fiat anuncia 24.500 despidos temporales» en «cinco plantas de producción italianas» (Expansión, 15-10-1998), así se apunta, una vez más sobre quiénes se descargarán los golpes de la futura crisis comercial e industrial: sobre los trabajadores asalariados en todos los países.

## JAPÓN

De la tabla que sigue se puede deducir el poder de la industria japonesa del automóvil, en base a la extensión internacional, por áreas económicas y por países, tomando cada una de las empresas japonesas. Añadamosle los proyectos en construcción para producir los coches en Brasil y tendremos un mapa casi completo para producir y vender automóviles en todo el mundo. De esta extensión y de su capacidad financiera para montar fábricas aquí y allá es de donde surge el respeto o el miedo a los competidores japoneses en Europa y en Detroit.

LA PRODUCCIÓN DE LOS JAPONESES EN EL MUNDO (turismos)				
		Unidades 1996	Unidades 1995	96/95 (%)
EUROPA	● ESPAÑA Nissan (Serena)	14.699	19.175	-23
	● REINO UNIDO Toyota	110.000	88.449	24
	Nissan	231.788	215.462	8
	Honda	105.900	91.000	16
	● HOLANDA Mitsubishi	45.219	18.899	139
	● HUNGRÍA Suzuki	42.762	34.803	23
● TURQUÍA Toyota	20.000	21.378	-6	
ASIA	● JAPÓN Toyota	2.908.339	2.661.435	9
	Nissan	1.409.127	1.508.922	-7
	Honda	1.002.364	872.865	15
	Mitsubishi	782.588	908.874	-14
	Mazda	622.541	628.934	-1
	Suzuki	615.998	602.670	2
	● CHINA Daihatsu	96.000	65.800	46
	Suzuki	8.500	5.500	55
	● TAIWÁN Toyota	55.000	54.111	2
	Nissan	60.010	53.653	12
● TAILANDIA Honda	42.300	0	-	
AMÉRICA	● ESTADOS UNIDOS Toyota	385.657	381.445	1
	Toyota (Nummi)	158.849	135.112	18
	Nissan	332.959	391.269	-15
	Honda	634.374	552.995	15
	Mitsubishi	192.961	218.161	-12
	Mazda	95.725	98.492	-3
	● CANADÁ Toyota	97.340	90.134	8
	Honda	144.482	106.133	36
	Suzuki	4.286	28.610	-85
	● MÉXICO Nissan	92.747	77.848	19
Honda	1.194	104	1.048	
OTROS MERCADOS	● SURÁFRICA Toyota	48.745	47.566	2
	Mazda	19.404	25.063	-23
	Nissan	11.980	9.935	21
	Honda	10.060	13.975	-28
	● AUSTRALIA Toyota	70.000	54.144	29
	Mitsubishi	43.235	40.786	6

Tabla N° 19 (5 Días, 18-3-1998)

De una producción total de casi 11,5 millones, los fabricantes japoneses produjeron 3,3 millones en el exterior en 1996. En el NAFTA o TLC (Tratado de Libre Comercio entre EE.UU.-Canadá-México) produjeron 2,14 millones, de los que 1,8 millones fueron producidos en Estados Unidos.

Las presiones diplomáticas y comerciales, obligaron a la industria japonesa a instalar sus propias plantas de producción en EE.UU. y en Europa, y a comprar parte de los componentes del automóvil en el mercado local.

«Las mayores firmas del automóvil de Japón se han comprometido a multiplicar sus compras de componentes a Estados Unidos: Toyota las aumentará un 45% hasta 1996; Mitsubishi, entre un 11% y un 150% y Nissan, un 60% hasta 1998» (5 Días, 29-3-1994). Así en 1994 las compras de componentes ya alcanzaron un «récord de 19.860 millones de dólares» y en 1995, los «22.000 millones de dólares» (Negocios, 14-7-1996). Y a pesar de estos compromisos, todavía pueden leerse titulares de prensa como este: «EE.UU. sancionará con 735.000 millones a los coches japoneses, un 25% del total de exportaciones de vehículos» (5 Días, 17-5-1995). De este modo obligaron a acelerar las inversiones para la construcción de nuevas plantas de producción en EE.UU., que sigue cobrándole un fuerte arancel-impuesto de importación a los coches japoneses:

«EE.UU. cobra aranceles del 25% a la importación de vehículos ligeros», lo que ha creado dificultades a los fabricantes japoneses dedicados a la exportación, que «han perdido de 6 a 7 puntos de su cuota de mercado de vehículos ligeros» (5 Días, 29-9-1998). Los padres del liberalismo económico son los más proteccionistas del propio mercado y de la propia industria en cuanto se sienten amenazados.

Los fabricantes de coches japoneses produjeron en Europa 670.000 automóviles en 1996, proyectando una producción de 800.000 unidades para 1998. También los europeos siguen los pasos de EE.UU. imponiendo cupos de importación o aranceles a sus competidores en la guerra comercial, con lo que les obligan a montar la producción en los países de la Unión Europea.

En 1997 Toyota produjo 4.852.000 vehículos, por 8.029.000 de General Motors (Nissan 2.677.000 y Honda Motor 2.336.000), la facturación de Toyota fue de 95.000 millones de dólares contra 178.000 de GM, pero el número de empleados es de 159.000 contra 608.000. Es decir, 1 contra 4 o si se prefiere, Toyota produce lo mismo que GM con la mitad de la plantilla. Esta es una de las desventajas que trata de recuperar GM utilizando el bisturí para reducir su plantilla. Además, Toyota está presente con sus fábricas de producción en Europa (Reino Unido), en Turquía, en China (con su filial Daihatsu), Taiwán, Sudáfrica y Australia. Pero también está presente en Canadá-EE.UU. donde este año rondará ya la producción del millón de vehículos.

«La japonesa Toyota toma el control de su filial Daihatsu, incrementando su participación del 34,5% al 51,2%» (Expansión, 29-8-1998). En 1997 facturó por 950.000 millones de pesetas. Daihatsu es el segundo productor japonés de los llamados coches utilitarios, por detrás de Suzuki. La «planta de Daihatsu en China, un mercado que se le resiste a Toyota, ha sido un factor importante para tomar el control de la filial» (Ibí.). La compra o fusión es un modo de eliminar competidores y de crecer rápidamente en mercados donde no vendía una escoba. Es posible que éste haya sido el primer paso de una futura concentración de los productores de automóviles japoneses.

El otro campo de las grandes batallas comerciales se libra en las fábricas, revolucionando constantemente los medios de producción, las máquinas y las cadenas de montaje. En este campo de batalla los japoneses siguen a la cabeza del ranking: «Honda dice que las innovaciones de fabricación e ingeniería redujeron en cerca del 20% el coste de ensamblar el coche en su principal fábrica norteamericana» (5 Días, 2-9-1997). Toyota y Honda se



han convertido en «los fabricantes de coches con los costes más bajos de EE.UU.» (ibí.), fabricando allí «casi todos los coches de tamaño mediano que se venden en América del norte». Es decir, en muy pocos años han superado a los industriales americanos en EE.UU.

Lo mismo que no se detiene la producción, tampoco se detienen la investigación, los descubrimientos y su aplicación a la producción capitalista: «Toyota Motor Corp., está a punto de revelar una nueva arma: el motor superbarato, un motor sencillo y poderoso cuya producción costará aproximadamente un 33% menos porque tiene muchas menos piezas» (5 Días, 12-11-1996). En este campo de la investigación y de los capitales que necesitarán, los patronos de GM, para implantar las nuevas técnicas en la producción y en el montaje, es posible que encuentren bastantes más dificultades que las que están encontrando en sus fábricas con el *United Auto Workers* como *oponente trucado*.

### COREA DEL SUR

Corea ha sido la última potencia industrial que se ha lanzado a la conquista del mercado mundial del automóvil. Sus empresas han venido produciendo bajo patentes japonesas o norteamericanas, manteniendo participaciones relevantes en su accionariado de otros consorcios extranjeros. Ya han iniciado el diseño de los propios automóviles en casi toda su composición.

En nuestra época, en la época del imperialismo, la industria nace con vocación imperialista asaltando mercados, formando *Chaebols*, consorcios o multinacionales, o sea, buscan las exportaciones y la conquista del mercado mundial casi como una fábula de ensueño de alguno de sus productos, como ya ha sucedido con Kia.

PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE COCHES EN COREA (en 1000)						
AÑO	HYUNDAI		KIA		DAEWOO MOTOR	
	Produ.	Export.	Produ.	Export.	Produ.	Export.
1993	774	337	405	120	293	101
1994	896	354	437	178	332	99
1995	966	415	414	138	445	246
1996	1.037	478	466	181	442	298

Tabla N° 20

La exportación a EE.UU. cayó de 204.700 en 1990, a 126.800 en 1993, recuperando hasta 136.000 en 1996. Pero lo mismo que los estadounidenses dificultaron la exportación de coches coreanos, imponiendo barreras arancelarias y obligándoles a realizar o proyectar grandes inversiones en Canadá, EE.UU. y México; eso mismo han hecho los europeos, arrancándoles grandes inversiones, amplios endeudamientos y el encarecimiento de los vehículos.

Aunque el asalto de los coreanos a los mercados de los países en vías de desarrollo ha tenido la peculiaridad de instalar las cadenas de montaje de los coches, y en algunos casos producen parte de los componentes, en esos países. Veamos el ejemplo de *Daewoo Motor*:

IMPLANTACIÓN INDUSTRIAL DE DAEWOO MOTOR FUERA DE COREA		
PAÍS	AÑO	UNIDADES
1. Rep. Checa (Avia)	1997	25.000
	2000	25.000
2. Polonia (DW-FSO)	1997	125.000
	2000	400.000
3. Polonia (DMP)	1997	20.000
	2000	170.000
4. Rumania (Rodae)	1997	100.000
	2000	200.000
5. Egipto (DWME)	1997	-
	2000	20.000
6. China (GDBC)	1997	2.500
	2000	5.000
7. Uzbekistán (UZ-Daewoo)	1997	200.000
	2000	200.000
8. Irán (KMC)	1997	-
	2000	50.000
9. India (Dmil)	1997	70.000
	2000	220.000
10. Indonesia (PT.SD)	1997	3.000
	2000	3.000
11. Vietnam (Vidamco)	1997	22.000
	2000	22.000
12. Filipinas (Tame)	1997	-
	2000	10.000

Tabla N° 21 (5 Días, 1-4-1998)

Este «mal ejemplo» del capitalismo coreano, está obligando a sus competidores a proyectar instalaciones industriales, iguales o más modernas y potentes en esos países, si quieren vender sus vehículos.

La crisis de sobreproducción que estalló en 1997 en Asia, deberá paralizar o ralentizar una parte de esos proyectos internacionales de la industria coreana del automóvil, e incluso cuestionar la existencia como empresas o marcas independientes de algunos de sus productores, como ya ha sucedido con Kia.

Tras una *quita* de los acreedores desde 16 billones de won (1,76 billones de pesetas) a 7,3 billones de won (unos 800.000 millones de pesetas) hacia las deudas de la automovilística coreana Kia, muy bien promocionada por los estadounidenses, pues todos los *analistas* afirmaban que Ford se quedaba a precio de saldo con Kia, finalmente se adelantó Hyundai y compró Kia, dejando a Ford en la mismísima puerta de Corea, compuesta y sin Kia. Esto demuestra que el capitalismo imperialista americano y europeo no lo van a tener tan fácil a la hora de tomar el control de las sociedades formadas por el joven y agresivo capitalismo imperialista asiático. Esa misma agresividad la llevaron a las fábricas contra los obreros, pero se encontraron con la horma de su zapato.

El 18-5-1998, Hyundai anunciaba el despido de 8.189 trabajadores. «Dos días después, el 20 de mayo, 31.000 trabajadores iniciaban los paros en las cuatro plantas de la localidad de Ulsan, al sureste del país.

La tensión fue creciendo por momentos, hasta que el 30 de junio la compañía anunciaba 4.830 despidos. Los trabajadores y algunos familiares decidieron entonces acampar en las inmediaciones de las fábricas.

El 14 de agosto y tras fuertes enfrentamientos, en los que resultaron heridos 127 directivos, la compañía decidió cerrar las plantas. Tan sólo tres días después ya había 15.000

policías vigilando a los huelguistas. El pasado día 19, el partido gobernante, El CNNP (Congreso Nacional para la Nueva Política), enviaba una delegación formada por siete personas para ejercer labores de mediación entre empresa y sindicatos. Tras cuatro días de conversaciones, los trabajadores aceptaban por primera vez los despidos, entre 250 y 300».

«El líder sindical, Kim Kwang, destacó que trabajadores y directivos han optado por sobrevivir juntos sobre la base de la mutua confianza» (Ibí.). Por su parte, «Daewoo, segundo fabricante del país anuncia el cese de 2.995 empleados sobre un total de 19.000, aunque al final se retracta a cambio de congelar los salarios» (5 Días, 17-8-1998).

Hyundai dejó de producir 85.800 vehículos. 302 empresas de componentes cerradas y unas pérdidas totales de unos 1.100 millones de dólares, en esa huelga que se prolongó desde el 20 de mayo hasta el 24 de agosto; sobre todo por la combatividad de un amplio núcleo de trabajadores, que junto con sus familiares se decidieron a acampar formando el PIQUETE de huelguistas a las puertas de la empresa en la ciudad de Ulsan, impidiendo a los dirigentes sindicales y a la empresa que negociasen miles de despidos.

## ESTADO ESPAÑOL

La industria automovilística del Estado español, evidentemente toda ella propiedad de las multinacionales, marcha viento en popa. La alta burguesía internacional, los grupos, los consorcios que deciden sobre la división internacional del trabajo, llegaron a la conclusión de que el territorio del estado español reunía condiciones muy favorables en la mano de obra, en la ubicación geográfica y en las infraestructuras generales, puesto que gran parte de la producción debía ser dedicada a la exportación. Comenzamos este capítulo contrastando la producción de turismos en el Estado español con la producción mundial en los primeros 6 meses de 1998:

En estos primeros 6 meses de 1998 las empresas automovilísticas ubicadas en el Estado español, han producido 1,5 millones de vehículos (por 6,2 millones EE.UU., 5,6 Japón, 2,5 Alemania, 1,4 millones Francia y 0,92 Corea, que era el cuarto en 1997). De este modo se han colocado las fábricas españolas en el *cuarto puesto mundial*, por delante de Corea y de Francia. El total de la producción mundial es de 26,4 millones en los 6 primeros meses de 1998, con una caída del 3,6% con respecto a 1997; mientras que subía el 10,8% en el Estado español, donde están ubicadas las plantas con la media por empleado más productivas de Europa, 59,5 coches por año, frente a las 50,7 unidades de Alemania.

«La fábrica que la multinacional japonesa Nissan tiene en Sunderland (Gran Bretaña) está, un año más, a la cabeza en la carrera por la productividad con 98 vehículos por obrero/año...

La segunda posición es para la planta de Opel en Eisenach (Alemania) con 77 vehículos, y la tercera para la Fiat en Melfi (Italia) con 70.

La fábrica de Volkswagen en Navarra y la de Seat en Martorell (España) son la cuarta y la quinta (...) con 70 y 69 coches por obrero al año (...). Renault en Valladolid figura en décima posición, con 59 unidades, y la del grupo PSA en Vigo en la vigesimotercera, con 35.

La última posición le correspondería a la planta de Peugeot-Citroën en Sochaux (Francia) con 25 vehículos por empleado y año» (5 Días, 21-8-1998).

Así vemos como la Unión Europea lanza una inectiva a la patronal del automóvil reclamándole un aumento de la productividad, tomando como ejemplo a seguir a Eisenach, Sunderland, Melfi, Martorell y Landaben.

En la jactancia dominante entre la burguesía española, por el *dulce momento* que está viviendo el capitalismo en la *piel de toro*, se resalta que «las fábricas de automóviles están trabajando al 95% de su capacidad» (Expansión, 16-9-1998).

¿Cómo se distribuye la producción, la exportación y la facturación en las automovilísticas?:

EN EL PELOTÓN DE CABEZA					
(Producción de turismos, derivados y vehículos industriales durante el primer semestre de 1998 y 1997, en millones de unidades)					
	1998	1997		1998	1997
1. EE.UU.	6,10	6,20	11. China	0,82	0,81
2. Japón	5,10	5,60	12. México	0,66	0,74
3. Alemania	2,70	2,50	13. Rusia	0,54	0,55
4. España	1,50	1,30	14. India	0,32	0,39
5. Francia	1,40	1,30	15. Polonia	0,23	0,32
6. Canadá	1,10	1,20	16. Suecia	0,23	0,24
7. Reino Unido	1,00	0,99	17. Argentina	0,22	0,18
8. Italia	0,94	0,94	18. Rep. Checa	0,22	0,17
9. Corea	0,92	1,40	19. Bélgica	0,21	0,21
10. Brasil	0,88	1,00	20. Australia	0,20	0,14

FUENTE: Anfac y Oica  
Tabla N° 22 (Expansión, 28-16-1998)



EMPRESAS	PRODUCCION				EXPORTACION				FACTURACION			
	1995 (En unid.)	1996 (En unid.)	1997 (En unid.)	1997/96 (%)	1995 (En unid.)	1996 (En unid.)	1997 (En unid.)	1997/96 (%)	1995 (Mill. pta.)	1996 (Mill. pta.)	1997 (Mill. pta.)	1997/96 (%)
Opel	488.977	491.700	501.231	1,9	437.705	442.000	457.293	3,4	673.549	676.910	734.864	8,5
Seat	343.411	415.000	465.000	12,0	241.131	290.500	270.000	-7,0	456.519	607.307	773.909	27,4
Fasa Renault	400.737	355.376	391.000	10,0	257.998	259.208	285.400	10,1	671.051	716.507	778.550	8,8
Ford	312.239	296.878	285.605	-3,8	230.253	230.000	224.616	-2,3	523.416	546.570	567.618	3,8
Citroën	269.384	275.630	270.456	0,3	207.295	214.900	196.933	-8,3	355.022	422.867	505.511	19,5
Volkswagen	239.383	251.550	274.000	14,4	215.960	226.395	246.600	8,9	226.817	272.727	284.960	12,5
Peugeot	116.174	121.200	138.000	13,8	76.188	76.356	104.000	36,2	226.004	266.242	323.413	17,7
<b>TOTAL</b>	<b>2.130.540</b>	<b>2.210.406</b>	<b>2.325.292</b>	<b>5,1</b>	<b>1.666.303</b>	<b>1.739.449</b>	<b>1.739.842</b>	<b>2,6</b>	<b>3.132.378</b>	<b>3.509.130</b>	<b>3.978.825</b>	<b>13,3</b>

Tabla N° 23 (Expansión, 29-12-1997 y 5 Dias, 7-7-1998)

Ante todo y sobre todos es el grupo VW-Seat el que da el salto, superando la crisis de 1993 y colocándose de nuevo a la cabeza.

Tabla N° 24 (El País, 25-10-1998)

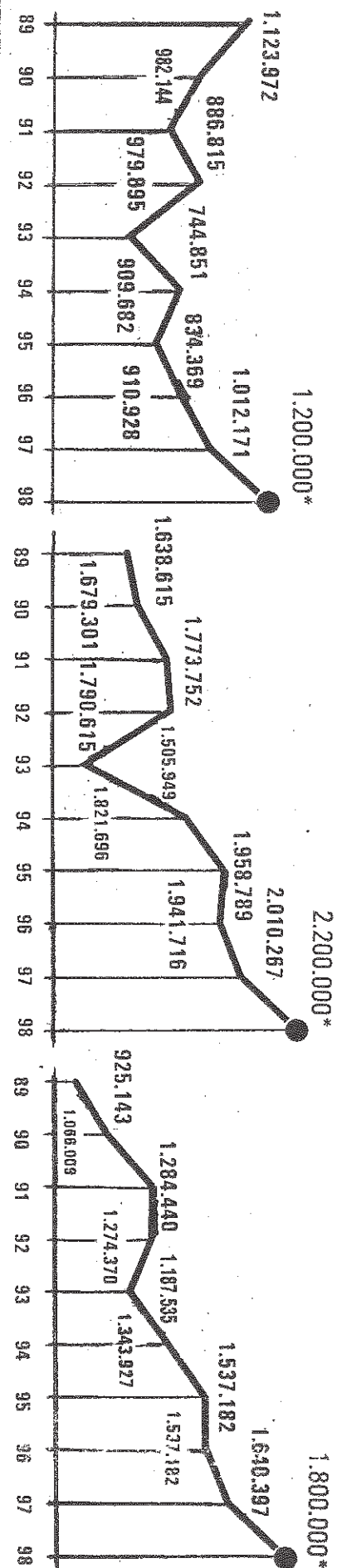
**MATRICULACIONES DE TURISMOS NUEVOS**

**PRODUCCION**

**EXPORTACION**

**UN CICLO HISTÓRICO**

(\*) Previsiones con los datos de los nueve primeros meses



(\*) Previsiones con los datos de los nueve primeros meses

Tomemos la evolución de las cifras de Seat-VW:

SEAT	(*) Incluye Centro de Recambios y Centros Técnicos				Tabla N° 25 (5 Dias, 23-3-1998)			
PLANTILLA	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Total a 31/12	25.363	24.268	22.403	13.688	12.581	12.896	12.896	12.896
Plantilla en activo	25.363	24.268	20.342	12.553	12.522	12.896	12.896	12.896
Matorell (*)	3.726	4.578	7.359	9.079	8.859	9.447	9.447	9.447
Zona France	16.787	14.616	9.096	3.422	3.612	3.400	3.400	3.400
Pamplona	4.678	4.966	3.780	0	0	0	0	0
Otros centros	172	108	107	52	51	49	49	49
Plantilla en regulación	0	0	2.061	1.135	59	0	0	0

El número de trabajadores SALTA de 25.363 al 31-12-1991 hasta 12.896 en 1996 en Seat. Esta reconversión del personal es la base del aumento de la productividad en las nuevas instalaciones de montaje de Martorell-Barcelona. Sin esa reducción de plantilla, aunque hubiera aumentado, no se habría podido disparar el aumento de la productividad y, aún menos, el *cash flow* o ganancias y las amortizaciones que se vienen sucediendo desde 1994:

SEAT	1993	1994	1995	1996	1997
Beneficios	-151.315	-29.473	-11.286	5.339	11.051
Cash flow	-121.064	17.965	43.535	50.143	65.313
Amortizaciones	30.251	47.438	54.821	44.804	54.262
Inversiones	84.631	27.093	22.508	31.867	23.198
Plantilla	22.403	136.88	12.581	12.896	12.811

Tabla N° 26 (5 Días, 25-3-1998) En millones de pesetas

En esta tabla se muestra como se obtiene la ganancia empresarial: sumando el *cash flow* + las amortizaciones. Incluso cuando contabilizan como pérdidas los resultados de un año se puede demostrar que obtuvieron GANANCIAS, sólo que las dedicaron a la amortización de préstamos, mientras que le meten el miedo en el cuerpo a los trabajadores propagando a los cuatro vientos que «estarán obligados a cerrar la empresa por culpa de las pérdidas causadas por el bajo rendimiento de la plantilla».

Y el otro gran laboratorio de VW-Landaben en Pamplona:

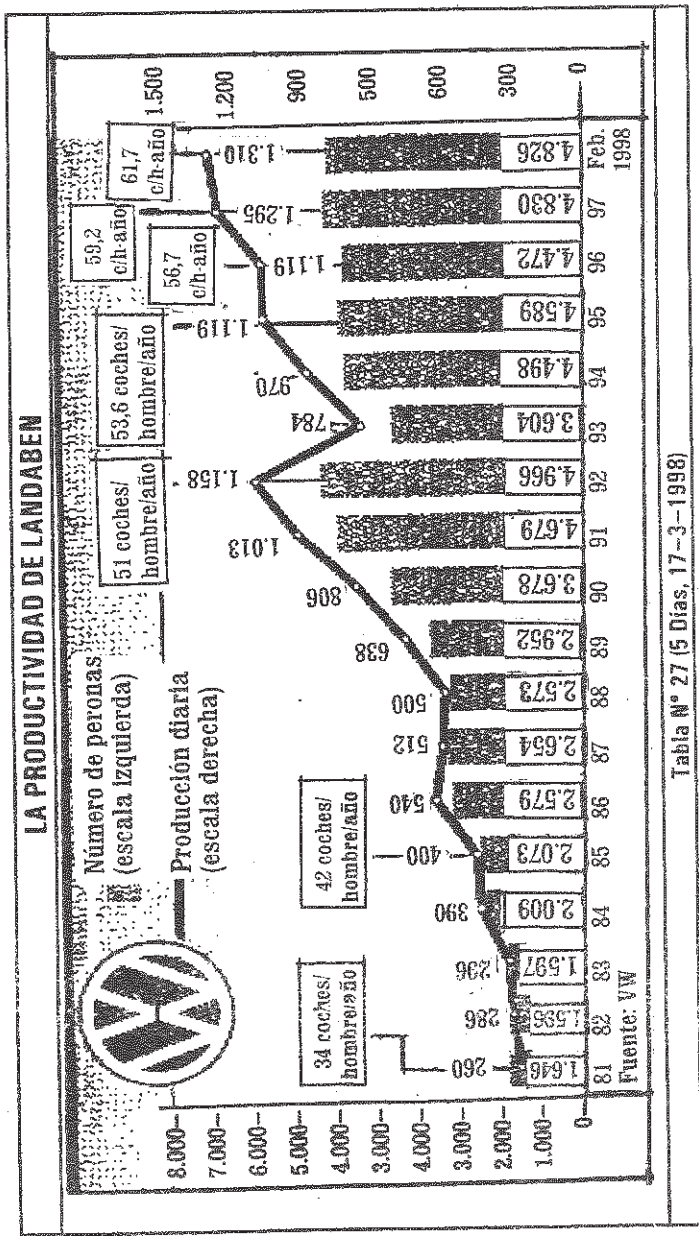


Tabla N° 27 (5 Días, 17-3-1998)

En 1981, con 1.646 trabajadores en plantilla, producía 260 coches diarios, o 34 coches por hombre y año. En 1988, con 2.573 trabajadores, producía 500 coches diarios; en 1995, con 4.472 trabajadores, producía 1.119 coches

diarios, 53,6 coches por hombre/año. En febrero de 1998, con 4.826 trabajadores, produjo 1.310 coches diarios, ó 61,7 coches por hombre/año. Aquí también tenemos la famosa Ganancia menos camuflada:

### LAS CIFRAS DEL POLO

(Principales datos de Volkswagen Navarra, en millones de pesetas)

	1995	1996	1997
Facturación	256.817	272.727	284.960
Beneficio Neto	417	5.675	5.751
Cash-flow	21.939	29.677	30.566
Inversiones	14.560	3.551	5.809

FUENTE: Volkswagen Navarra

Tabla N° 28 (Expansión, 18-6-1998)

Mientras que hablan de unos beneficios casi raquíticos, sumándoles el concepto *Cash Flow*, las Ganancias se disparan hasta los 36.317 millones de pesetas, que divididos por los 294.960 millones de ventas, nos dan un 12,3% de ganancias sobre ventas. Pero si lo dividiésemos, como debemos hacer, por los costes salariales totales, admitiendo que fuesen 5 millones de media por trabajador/año, nos daría 25.000 millones, o de 6 millones por trabajador/año, nos daría 30.000 millones. Seguiríamos estando bastante por encima del 100% de ganancia: en el primer caso sería del 145% y en el segundo caso del 121%. Esto es, partiendo, dividiendo la ganancia por el capital variable o costes salariales. Esta es la ecuación que debemos hacer los marxistas.

Pero la industria española del automóvil no sólo produce coches baratos.

Allá, por 1994 se decía: «La industria auxiliar de automoción de España, es la más productiva del mundo» (El País, 22-11-1994).

«Los fabricantes de automóviles producen sólo el 23% de las piezas de recambio, mientras que el 77% restante corresponde a fabricantes independientes.

La industria española de componentes de automóviles factura 2,4 billones de pesetas y da empleo a 200.000 personas. El 55% de la producción española de componentes se destina a la exportación» (5 Días, 30-6-1998).

De las fábricas que producen los componentes del automóvil casi nadie habla, siendo, como son, verdaderas prisiones, con ritmos de trabajo extenuantes y condiciones de trabajo asfixiantes. Resultando más fácil doblegar a los trabajadores por pequeños grupos que cuando pertenecen a una gran plantilla. Esta fragmentación no cesa pero, por otro lado, la famosa eficiencia conduce a una nueva concentración de la producción en las empresas de componentes.

### EL CONVENIO DE FORD-VALENCIA

Se ha vertido mucha retórica sobre la renovación del convenio de Ford en septiembre-octubre pasados. Los observadores de la prensa burguesa habían dejado



sentado que el trasfondo que humeaba eran las próximas elecciones al comité de empresa, no la defensa intransigente de los intereses de los trabajadores, basada en una repentina radicalización de los sindicatos gubernamentales. Que las elecciones reducan el margen de maniobra y por eso, CCOO-UGT proponían retrasar la firma del convenio para no tener que mojarse antes de las mismas. Pero el patrón se cansó de esperar y decidió poner orden:

«Ford Motor lanza desde Detroit un ultimátum al comité de empresa de Almusafes-Valencia» (5 Días, 23-10-1998). Unos días después, la Montaña paría el ratón: «Ford y el comité pactan un convenio que no satisface a ninguna de las partes» (5 Días, 2-11-1998).

¿Qué contiene el convenio?: a) una duración de 3 años, durante los cuales no hay más que la rutinaria paz social, a no ser que alguna crisis obligue a romper esa rutina; b) los aumentos salariales, el 2,6%, recogen las coordenadas generales del sector en pleno BOOM, trabajando al 95% de su capacidad productiva, habla de la reducción a 36,5 horas en el año 2000, ahora son 37,5 semanales, y de la prejubilación para unos 180 trabajadores a los 58 años.

A cambio «el comité se ha comprometido a promover en sus compañeros respuestas positivas a las convocatorias de la dirección para trabajar algunos que otros sábados» (Ibí.), cuando haya demanda de coches. Además de trabajar los sábados que la empresa proponga, se aceptó trabajar «SEIS DOMINGOS VOLUNTARIOS ESTE AÑO» (Ibí.), y que se trabaje un «TERCER TURNO: a partir del segundo semestre del año 2000» (Ibí.); de este modo se ayuda a la empresa a hacer mucho más productivo el capital constante, cuando pretende aumentar la producción de coches en un tercio con las mismas instalaciones y un poco más de mano de obra. La perspectiva de negocio es inmensa para la empresa que impone, una vez más, sus intereses sin contrapartidas. Si los trabajadores quieren defender los propios intereses como categoría o como clase deberán dotarse de otro tipo de sindicalismo verdaderamente clasista, no subvencionado por el enemigo de clase y políticamente independiente de la patronal y del Estado burgués; un sindicalismo solidario y combativo en la calle y en la empresa; esto no es practicable en los actuales aparatos sindicales, por lo que se impone la necesidad de ir propagando y potenciando el surgimiento del sindicato de clase según los clásicos cánones del marxismo en la acción sindical.

## EL MODELO «JUSTO A TIEMPO» Y LAS HUELGAS DEL FUTURO

¿En qué consiste el modelo de producción «just in time»-«justo a tiempo» tan extendido en los últimos años en las industrias? ¿Cuál es su talón de Aquiles? Y, eso ¿beneficia o perjudica la lucha y la organización obrera?

El modelo «justo a tiempo» reduce fuertemente la inversión de capital constante en materias primas o componentes, lo reduce en instalaciones fijas para el almacenaje de esas materias primas o componentes y reduce la mano de obra dedicada a la conservación de esos almacenes extinguidos o en extinción.

El «justo a tiempo» significa que la materia prima o componentes vaya llegando como por una cadena, unas horas antes de su transformación o montaje del coche, en lugar de tener un stock-almacenado (como se venía haciendo hasta hace unos 10 años) para los próximos 30-60 días de todos los componentes no perecederos, de la máquina, del instrumento o del producto que se pretende montar, producir e incluso vender en los grandes almacenes o hipermercados.

Esta reducción del almacenamiento y del consiguiente capital constante es una de las causas que han ayudado a elevar la tasa de ganancia de la industria en EE.UU. y en Europa en los últimos años.

Y de hecho nos debe dar que pensar lo que siguen manteniendo los capitalistas de GM tras esas huelgas parciales en Francia y EE.UU., sobre el modelo «justo a tiempo»: «El modelo sigue siendo rentable. El ahorro en condiciones normales es tan grande que incluso los fallos quedan descontados».

Su talón de Aquiles quedó al descubierto durante las huelgas de los camioneros asalariados del Estado francés en los últimos 4 años;

en las huelgas selectivas de 1996-97 y 1998 de General Motors y de United Parcel Service (UPS) en Estados Unidos. Estas *explosiones sociales* sirven para demostrar que la clase obrera aún existe, y que su fuerza organizada sigue siendo la primera potencia, y la PRIMERA y determinante *fuerza productiva*, sin la que nada se puede hacer y la que potencialmente puede paralizar todo.

Los paros selectivos aprovechando el modelo «justo a tiempo» van demostrando que en lugar de ayudar a organizar y a concienciar a cientos de miles de trabajadores; en lugar de ponerles en movimiento unidos por una causa común; en lugar de esa finalidad de movilizar y extender la lucha que debe perseguir toda huelga proletaria en defensa de los propios intereses, en los enfrentamientos, incluso parciales, entre trabajo asalariado y capital, en lugar de perseguir eso, lo que hacen es desmovilizar a los no huelguistas afectados por la *huelga parcial*.

En el caso de las últimas huelgas parciales de GM en Estados Unidos se ha visto como los 9.200 huelguistas de Flint obligaban a cerrar plantas que sumaban más de 200.000 asalariados. Pero al considerarse un PARO TÉCNICO, estos no sólo no estaban en huelga, con la inseguridad y los efectos que provoca la huelga sobre los huelguistas sino que pasaban a ser considerados como parados, y a percibir un subsidio de paro, con lo que el descontento o el odio quedan sumergidos o ahogados, sofocando el impulso proletario a la unión, a la movilización, a la lucha y a la revuelta. Pues, no es lo mismo que estén en huelga durante 60 días, 300.000 obreros de GM en todo EE.UU., que lo estén dos fabricas con 9.200 en una sola ciudad. La potencialidad de un movimiento de 9.200 obreros encerrados en un compartimiento estanco (Flint), es la tendencia a agotarse. Mientras que la potencialidad de un movimiento de 300.000 obreros, buscando la apertura y la extensión a todos los problemas de toda la clase obrera, es ilimitada en el tiempo y en el espacio.

Pero, precisamente para matar, para abortar antes de que pueda nacer esa potencialidad clasista, es para lo que la clase capitalista y su estado de clase, les pagan y mantienen esas estructuras de sindicalismo gubernamental y patronal. Sin la ayuda de este aparato, de esta institución, que trabaja, paraliza o desvía los impulsos que brotan naturales del choque de intereses entre trabajo asalariado y capital, la tendencia espontánea a la UNIÓN entre los explotados sería aún más fuerte que hace 50 ó 100 años.

Nuestra función es ayudar a romper esa dinámica paralizante, abandonando y llamando a los trabajadores a que abandonen la canalización de los desagües del sindicalismo gubernamental, que sólo conduce y sólo puede conducir al lugar en que hoy se encuentran las instituciones oficiales de las categorías obreras: a las cloacas de la historia.

Es imprescindible propagar y potenciar la necesidad de que el movimiento reivindicativo y de lucha de los esclavos modernos dé el salto para salir de esas canalizaciones, colocándose en el campo abierto, reiniciando su marcha rumbo a lo desconocido (Rusia ya no guía nada, ya dejó de ser el seguro de vida del capitalismo mundial), en defensa de los propios intereses de clase, sin dejarse desviar por «revoluciones ajenas», por el «mal menor», por el «menor esfuerzo», por «atajos» y por otras tantas lindezas que propagan y proponen las ratas del cretinismo parlamentario para encauzar los impulsos de las luchas obreras por los canales oficiales hacia las cloacas de la conservación del sistema del trabajo asalariado.

Y sólo la ruptura de las luchas reivindicativas con esas solidas estructuras organizadas o aparatos sindicales institucionalizados, cuyas canalizaciones ya regulan o establecen de antemano el curso que deben seguir sus afiliados en los movimientos reivindicativos que influyen y dirigen, además de la desembocadura final marcada por el curso mismo y por la línea política burguesa de defensa de la economía nacional, por los cambios parlamentarios de éste o de aquél gobierno y cuando es preciso plantean y llevan a cabo la renovación de los individuos en casi toda la estructura sindical para que continúe dominando la misma línea burguesa.

Sólo rompiendo con esas instituciones oficiales y llamando a la clase obrera a que rompa con ellas y tienda a constituir el sindicato clasista, se podrá propiciar tanto la existencia de los ambientes proletarios como el desarrollo del partido comunista de clase e internacional para afrontar los retos que la historia viva nos depare.