

XI Encuentro de Didáctica de la Historia Económica

Santiago de Compostela, 26 y 27 de junio de 2014

Sesión

Problemas y retos en el aula: transformando el aprendizaje

Coordinador:

Manuel Jaime Barreiro Gil

(Universidade de Santiago de Compostela)

Comunicación

*Cómo aprender a redactar un informe utilizando la historia de las empresas del
automóvil durante la coyuntura de los años treinta del siglo XX*

Autora:

Gloria Sanz Lafuente

(Universidad Pública de Navarra/Nafarroako Unibertsitate Publikoa)

(UPNA/NUP)

XI Encuentro de Didáctica de la Historia Económica

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de Santiago de Compostela

26 y 27 de junio de 2014

**Versión preliminar
No citar sin permiso de la autora****Título:**

Cómo aprender a redactar un informe utilizando la historia de las empresas de automóvil durante la coyuntura de los años treinta del siglo XX

Autora:

Gloria Sanz Lafuente
Universidad Pública de Navarra
Departamento de Economía
gloria.sanz@unavarra.es

Resumen:

El objetivo de esta comunicación es analizar una experiencia docente durante el curso 2012-2013 que se ha llevado a cabo en el marco de la "Historia Económica de la Empresa" del Doble Grado de Administración y Dirección de Empresas y Derecho en la Universidad Pública de Navarra. Dentro de las competencias genéricas que forman parte de buena parte de las guías docentes se encuentran aquellas orientadas a capacitar para la redacción y síntesis de información.¹ En la actividad docente universitaria, los ejercicios destinados a valorar la capacidad de redactar documentos no suelen ser tan habituales. Una limitación, que contrasta con la exigencia de un trabajo fin de grado, basado en la redacción, la síntesis y el análisis de información.

El objetivo de esta práctica fue redactar un informe sobre la situación y estrategias en el sector del automóvil en Europa y Estados Unidos entre 1929 y 1939. La crisis económica que siguió al crash de 1929 fue desigual en términos macroeconómicos. Ni tuvo la misma duración ni tuvo el mismo impacto en la economía de diferentes áreas del mundo. Un elevado desempleo, un mayor descenso en la demanda y una reducción de poder adquisitivo fueron aspectos que influyeron en el devenir del tejido empresarial de numerosos países como también lo hizo la reducción de las relaciones comerciales y el colapso de los circuitos financieros. Sin lugar a duda, la crisis fue un impedimento y causó de la desaparición actividades empresariales pero lo cierto es que ese contexto también generó un cambio en las estrategias que habían dominado hasta ese momento en el seno de las empresas.

¹ Dentro de las competencias genéricas de Historia Económica de la Empresa se encuentran entre otras la comunicación oral y escrita en lengua nativa y la capacidad de análisis y síntesis. <http://www.unavarra.es/ficha-asignaturaDOA?languageld=100000&codPlan=175&codAsig=175401>.
(Fecha: 19/05/2014)

1. Contexto y metodología

El elevado tamaño de los grupos en la universidad puede disuadir del intento de valorar o ejercitar una competencia de este tipo. A esto se une el hecho de que en los últimos años las nuevas tecnologías y el uso de internet han añadido nuevos desafíos para el docente. Resulta arduo establecer una valoración real del trabajo propio del alumnado y/o evaluar la posibilidad de plagio si no hay herramientas apropiadas para ello. Finalmente, frente a instrumentos de tipo test, favorecidos por la creciente disponibilidad de herramientas telemáticas, o frente a las exposiciones orales o comentarios cortos, la posibilidad de redactar un trabajo más amplio no suele despertar un gran entusiasmo entre el alumnado. Dado que los habituales diseños de prácticas docentes la satisfacción del alumnado es un elemento central y que la redacción, además de generar problemas en su valoración no entusiasma, no hay muchos incentivos para que se introduzca esta competencia básica en las prácticas docentes. En realidad, no hay incentivos para introducir herramientas alejadas de lo lúdico o que generen insatisfacción aunque sean ejercicios de entrenamiento útiles a medio plazo.

Dado el interés que presentaba el ejercicio de estas competencias genéricas (síntesis y redacción), el objetivo fue diseñar una práctica que permitiese entrenarlas limitando en la medida de lo posible los problemas señalados. El tamaño del grupo lo permitía (31 alumnos/as matriculados) y el instrumento elegido fue la elaboración de un informe tanto porque forma parte del contenido curricular de competencias específicas, como porque y es un ejercicio habitual de la actividad profesional dentro de perfiles laborales que se encuadran en el Derecho y la Administración y Dirección de Empresas.²

En realidad, al proponer esta práctica se intentaba establecer una vinculación entre dos polos que el alumnado suele considerar con escasa conexión: su futura actividad laboral y la Historia Económica de la Empresa. Otro tipo de herramientas como son la elaboración de ensayos o breves trabajos de investigación resultan de gran interés pero rara vez se identifican con algo que no sea un “trabajo académico” que, con la excepción de aquella parte del alumnado que se orientará hacia la investigación, rara vez se vincular con otro aprendizaje que el contenido propio de la materia.

En definitiva, el recurso del informe era sencillo y versátil al poder incorporar cualquiera de los contenidos de la materia que el docente considere oportunos. Los alumnos se desenvolvían en una actividad teórico-práctica orientada a adquirir competencias propias de su profesión y el alumno se convertía en protagonista autónomo de su propio aprendizaje mediante un trabajo en equipo.³

² Entre las competencias específicas de la materia se encuentra la que atañe a la capacidad para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados. <http://www.unavarra.es/ficha-asignaturaDOA?languageld=100000&codPlan=175&codAsig=175401>. (Fecha: 19/05/2014)

³ Entre otros muchos pueden consultarse sobre la elaboración de informes, Fayet, Michelle (2001) *Cómo elaborar informes profesionales*, Barcelona, RobinBook. Perez, Santos (1993) *Cómo elaborar y presentar un trabajo escrito*, Bilbao, Deusto. Sussams, John E. (1988) *Cómo elaborar informes de trabajo*, Bilbao, Deusto. Algunas referencias en García Roldán, José Luis (2003) *Cómo elaborar un proyecto de investigación*, Alacant, Universitat d’Alacant. Dintel Felipe (2005) *Cómo escribir textos técnicos o profesionales*, Barcelona, Alba Editorial. También como ejemplo de otros materiales elaborados por

Como toda práctica, el objetivo era crear una experiencia que llevase al aprendizaje⁴ y se acabó eligiendo la colaboración e interacción en un grupo de dos personas. Es cierto que esa colaboración presentaba la dificultad de valorar la actividad real de cada individuo pero también tenía otras ventajas. En aulas marcadas por la diversidad de estilos cognitivos y de destrezas, unir esa diversidad es arriesgado y a la vez fructífero. El alumnado reflexiona sobre sus propias competencias frente al/ a la otro/a -“calcular”, “representar en excel”, “redactar”, “sintetizar”, “leer inglés”- y la puntuación conjunta impone una relación orientada a obtener un objetivo concreto en el que están todas ellas. Para formar los grupos se utilizaron los ejercicios de clase y prácticas individuales previas, que permitían detectar muchas destrezas distintas entre el alumnado.

La elección del tema no fue casual. En medio del contexto de la actual crisis económica marcada entonces por anuncios sucesivos del abismo inexorable, por un compás de espera frente “algo” que iba a llegar y por las comparaciones macroeconómicas con la crisis del 29, el objetivo de esta práctica era otro distinto. Se trataba de situar a los alumnos en medio de la crisis del 29, en contextos políticos y geográficos muy distintos y dentro de un sector empresarial básico de la Segunda Revolución Industrial. ¿Qué ocurría en un sector relativamente maduro como el del automóvil en ese contexto de crisis? Los años treinta son un periodo de alteración de los liderazgos productivos, de creciente actividad de multinacionales estadounidenses como Ford o General Motors -Opel- en Europa, de proteccionismo arancelario, de estrategias distintas en las importantes industrias francesas, de acuerdos comerciales o de proyectos de inversión estatal como los del nazismo. Todo ello les situaba en la “destrucción” y en la “construcción” durante la crisis.

La elaboración del informe permitía incorporar los conocimientos adquiridos en el *Curso de Capacitación en Competencias Informacionales* (CCI) o curso virtual de alfabetización informacional que han elaborado los técnicos de la biblioteca de la Universidad Pública de Navarra.⁵ Su objetivo es difundir los conocimientos necesarios para localizar, evaluar, utilizar y comunicar la información. En el curso se aprende a obtener información presencial en la biblioteca y a utilizar herramientas digitales así como a valorar esa información y a citarla en un trabajo académico. En este sentido, la elaboración del informe incluía la búsqueda de artículos de revistas o la cita final de los materiales utilizados empleando los estándares definidos en dicho curso.

La elección de un guion de contenidos para la elaboración del informe⁶ y la utilización de conceptos o términos era un medio para valorar su uso apropiado por parte del alumnado y un

universidades y disponibles en internet puede consultarse “*Writing reports*”, elaborado por la Universidad de Leicester http://www2.le.ac.uk/offices/ld/resources/pdfs-of-study-guides/writing-skills-pdfs/writing_reports_v1%200%20-2.pdf (Fecha: 19/05/2014)

⁴ Bain, K. (2005) *Lo que hacen los mejores profesores universitarios*, Valencia, Publicaciones de la Universidad de Valencia.

⁵ Universidad Pública de Navarra. Biblioteca. (2014). *CI: buscar, evaluar y utilizar la información: Grados en Economía y en Administración y Dirección de Empresas*. Recuperado el 19 de mayo de 2014 de <https://miaulario.unavarra.es/portal>

⁶ Ver anexo del ejercicio adjunto en esta comunicación.

mecanismo para limitar los peligros de una copia de materiales. También se restringió el número de palabras con el fin de favorecer el ejercicio de síntesis y se señaló la posibilidad de incorporar aquellos aspectos (cálculos, gráficos, tablas o fotografías) que considerasen oportunos para favorecer su autonomía. El informe servía para valorar al final las diferencias existentes entre un trabajo académico al uso, con licencias estéticas propias, y el carácter más sobrio de los informes. Asentaba, además, cocimientos básicos de representación gráfica en excel y del procesador de textos en word.

Finalmente, y dentro de un doble Grado que presenta un nivel de inglés mínimo entre las competencias necesarias adquiridas, una parte considerable de los materiales empleados en la elaboración del informe estaban en inglés. Un aspecto éste, el de la utilización de materiales en otro idioma, que todavía da lugar a un cierto rechazo entre una parte del alumnado.

2. Cronograma de la actividad

El cronograma de actividades y su duración fue el que sigue:

Acciones	Lugar	Actores	Temporización
Formación de grupos	Aula	Profesora	10 minutos
Presentación de la práctica	Aula	Profesora	30 minutos
Elaboración del informe	Fuera del aula	Grupos de alumnos/as	4 horas
Comunicación (experiencia 1)	Aula	Alumnos/as al profesora	30 minutos
Comunicación (experiencia 2)	Aula	Profesora a los/as alumnos/as	20 minutos
Comunicación del grupo	Tutoría	Grupos o alumnos/as/profesora	una hora

3. Evaluación del informe

La elaboración del informe formó parte de las actividades prácticas pero debía tener un valor mayor que el resto de ejercicios al exigir más tiempo y dedicación. En concreto, el valor asignado fue de 0,5 puntos sobre los 3,4 posibles que tienen las actividades prácticas en la primera convocatoria. La valoración quedó en manos de la profesora sin utilizarse en este caso otros instrumentos como la evaluación colaborativa, que se utiliza en otros ejercicios del curso.

Evaluación del informe y del conjunto de actividades	
Actividades	Puntos
1) Examen (1)	4
2) Evaluación continua	6
2.1 Actividades de clase	1
2.2 Test sobre <u>lecturas</u> de unidades temáticas	1
2.3 Prácticas	3.4
2.3.1 Informe	0.5
2.4 Curso CCI de la Biblioteca	0.6

4. Valoración y dificultades

En líneas generales, la experiencia fue positiva pero no estuvo exenta de problemas entre el alumnado. En primer lugar, entre las objeciones más importantes se encontraba la relación entre la puntuación y el tiempo empleados para la elaboración del trabajo, el funcionamiento del grupo en algún caso concreto o las dificultades para sintetizar información en inglés. Para el feedback final se utilizó simplemente la estrategia de “*dar clase con la boca (casi) cerrada*” (Finkel, 2008) entregando un informe elaborado con partes erróneas y otras correctas de los diferentes grupos. Leer en clase textos ininteligibles, ver gráficas mal hechas o mostrar citas que no correspondían a lo expuesto en el curso de competencias informacionales fue tan instructivo como escuchar y ver todo lo contrario. La tutoría se ofreció para que los grupos pudieran ver su ejercicio y/o exponer el mal funcionamiento del grupo individualmente.

En resumen, en el proceso de enseñanza-aprendizaje ningún método puede resultar cien por cien eficaz dadas las diferencias existentes entre el alumnado y su desigual recepción de esas heterogéneas actividades. Existen grupos o perfiles que sin ser “puros” condicionan una dispar percepción de toda práctica. Así, nos encontramos con el grupo *inactivo*, minoritario dentro del doble grado y con otro de *espectadores*, que buscan el consumo pasivo y tradicional de contenidos ajenos. Junto a ellos se sienta el grupo *sociable o coleccionista crítico*, que reacciona ante lo expuesto y busca siempre la comunicación oral o el *creativo*, es decir, aquel grupo al que le gusta generar contenidos de una forma autónoma.⁷ Tampoco todos reaccionan por igual ante los incentivos de puntuación mayor o valoran en la misma medida la necesidad de “redactar”, “calcular”, “sintetizar” o “elaborar un gráfico”. De ahí que su evaluación final de la práctica fuera muy dispar.

5. Transferibilidad

Creo que pese a las dificultades señaladas, es un ejercicio fácil de transferir a otras titulaciones y materias con escasas modificaciones dentro de Historia e Instituciones Económicas.

⁷ Tomo la escala establecida para posicionarse ante una actividad docente basada o no en TICs Li, Ch. Bernorf, J. (2009) *Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies*, Harvard, Harvard University Press.

ANEXO

DOCUMENTO DE TRABAJO ENTREGADO A LOS ALUMNOS/AS

INTRODUCCIÓN

Una crisis económica vista desde otra perspectiva

La crisis económica que siguió al crash de 1929 fue desigual en términos macroeconómicos. No tuvo la misma duración ni el mismo impacto en la economía de diferentes áreas del mundo. Un elevado desempleo, un mayor descenso en la demanda y una reducción de poder adquisitivo fueron aspectos que influyeron en el devenir del tejido empresarial de numerosos países como también lo hizo la reducción de las relaciones comerciales y el colapso de los circuitos financieros. Sin lugar a duda, la crisis fue un impedimento y causó de la desaparición actividades empresariales (cuadro 1) pero lo cierto es que ese contexto también generó un cambio en las estrategias que habían dominado hasta ese momento. Paradójicamente, algunos autores han señalado que ese mismo poder adquisitivo en dificultades se incrementó en el caso de la clase media-alta estadounidense (Szostak, 1995) ampliándose durante estos años oportunidades de negocio en este sector. Además, la desaparición de compañías fue el principal efecto de la depresión pero no el único. Las dificultades para acceder a vías de financiación hicieron que muchas pequeñas empresas no sólo acabasen desapareciendo sino que fueron adquiridas por otras mayores generando un proceso de concentración. Tampoco todas las grandes empresas partían de una situación similar para enfrentarse a la crisis. No todas tenían el mismo nivel de endeudamiento durante los años previos a crash, ni aquellas con problemas de liquidez optaron por el mismo camino en el saneamiento de sus finanzas. Por ejemplo, mientras General Electric redujo su deuda, Westinghouse optó por seguir ampliándola en el nuevo contexto (O'Sullivan, 2006) en Estados Unidos.

Cuadro 1. Censo estadístico de empresas manufactureras en Estados Unidos

	1929	1931	1933	1935
Empresas (en miles)	206,7	171,5	139,3	167,9
Salario (millones \$ nominal)	10.884	6.688	4.490	7.311
Salario (millones \$ 1929)	10.884	7.703	6.020	8.947
Valor output (millones \$ nominal)	67.994	39.830	30.557	44.993
Valor del output (millones \$ 1929)	67.994	45.872	40.972	55.063

Fuente: Timothy F. Bresnahan and Daniel M. G. Raff (1991), p. 320

En la década de los años treinta, la prudencia en la gestión financiera ya no era observada de forma negativa, la contabilidad de costes y el departamento financiero se hicieron más fuertes en las empresas y la presencia de un nuevo empresario orientado hacia una “anticipación de necesidades” y basado en una mayor diversificación de productos también. Satisfacer una demanda creciente había sido el primer objetivo en la década de los años veinte mientras que la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio basadas en un área de I+D fue algo supeditado a ese primer objetivo.

En 2003, Alexander J. Field reivindicaba una nueva perspectiva sobre la década que siguió a la crisis de 1929 en su artículo publicado en la *American Economic Review*. Field subrayaba la ventaja competitiva generada por aquellas empresas que mantuvieron sus laboratorios de

investigación y desarrollo abiertos frente a las que decidieron cerrarlos. En medio de un elevado desempleo se hizo hueco un pesimismo tecnológico, que formó parte incluso de gestores del New Deal como Harold Ickes. La tecnología fue observada por Ickes como “culpable” del desempleo. Esta visión fue contrarrestada por otra más optimista procedente investigadores como Karl Compton, presidente del MIT -*Massachusetts Institute of Technology*- y de Frank Jewett, director de la Bell Telephone Company. Ambos vinculaban explícitamente tecnología, empleo y crecimiento. Su campaña pública se dirigió a los empresarios privados y acabó siendo, también, la base de un incremento de la financiación privada y pública en el ámbito científico en Estados Unidos.

¿A qué cambios tecnológicos asistimos durante la década de los años treinta antes del comienzo de la Segunda Guerra Mundial? La empresa BF Goodrich investigó durante ese periodo las posibilidades del caucho artificial, la RCA inició el estudio de un sistema de televisión, en Alcoa se buscó el aluminio como sistema para la construcción de inmuebles y DuPont llevó adelante su investigación sobre fibras artificiales como el nylon. Pepsodent investigó e introdujo el sodio-alkyl-sulfato en la composición de su dentífrico. Este componente fue denominado “irium” por el publicista Albert D. Lasker en su campaña para esta compañía (Cruikshank & Schultz, 2010) y ambos elementos situaron a Pepsodent en la primera posición de su sector tras las dificultades iniciales en 1929. Para este grupo de compañías, la presión por atender a una creciente demanda ya no era tal y la búsqueda de nuevos productos y servicios se hizo un hueco con programas de investigación a medio y largo plazo, que antes se desestimaban.

Finalmente, y a pesar de la crisis, la motorización creció en Europa y en Estados Unidos hasta 1939. Pese al golpe inicial en los primeros años de la crisis, a la altura de 1938 Estados Unidos representaba el 62% de la producción mundial de automóviles, Reino Unido un 11%, Alemania un 8%, Francia un 5% e Italia un 1%. En ese mismo año había en Estados Unidos 230 automóviles cada mil habitantes. Esa cifra se situaba alrededor de los 55 en Reino Unido y Francia, en los 20 en Alemania y en 9 en Italia.

La crisis del 29 y las estrategias del sector del automóvil en Europa y en Estados Unidos

La doble vertiente de la crisis del 29, la comercial y la financiera, se hicieron sentir en el sector del automóvil. Veamos algunos ejemplos tomados del caso francés. En octubre de 1930, Robert y Jean Pierre Peugeot no podían acceder a un depósito de 60 millones de francos que tenían en la *Banca Oustric*. En noviembre del mismo año quebraba esta banca como consecuencia del bloqueo financiero internacional, que siguió a la crisis de 1929, dejando pérdidas en el grupo automovilístico francés. Ese mismo mes de noviembre, el informe sobre exportación de la dirección general señalaba la existencia de mayores dificultades en el mercado exterior y el incremento de los aranceles en numerosos países. En este contexto, el director de exportación de Peugeot multiplicaba su labor. Hubo viajes a Argentina para intentar establecer una sucursal de Peugeot y ampliar ventas en todo el cono sur latinoamericano. Se negociaron licencias de venta en Estados Unidos, Cuba, Canadá y México y se instaló una plataforma de exportación orientada a extremo oriente. La pérdida de competitividad de los coches de Peugeot se agudizó con la devaluación de la libra (1931) y del dólar (1933) -Francia no devaluó hasta 1936- y la voluntarista política de exportación no

funcionó siempre. La abundante liquidez -autofinanciación- de la familia Peugeot le permitió seguir adelante. Por el contrario, la crisis llevó a Citroën a un contraataque basado en tres proyectos financiados a crédito entre 1931 y 1933. El primero era un gran salón del automóvil que actuaría como instrumento de marketing, el segundo la reconstrucción de sus plantas de producción y el tercero, la modificación de programas de fabricación en favor de un vehículo más ligero y de menor consumo para sectores con menos renta. La estrategia no funcionó. En 1934 Citroën quebró y pasó a ser gestionada desde 1935 por un comité dirigido por el productor de neumáticos Michelin, el banquero Lazard y el *Comptoir Sidérurgique de France*. Los tres estaban interesados en mantener la empresa – entidades americanas como Firestone y Chrysler habían mostrado su interés por adquirirla- y comenzaron un proceso de venta y cierre de empresas Citroën diseminadas en Europa.

El proyecto orientado al coche pequeño se hizo hueco en Citroën, sin embargo, bajo el mando de Michelin. Finalmente, Renault conseguía salir más airoso de la crisis y se convertía en el primer productor de coches en Francia hasta 1934. Su renuencia a la inversión en I+D y su mayor búsqueda de la diversificación productiva le situaban en tercera posición en producción de automóviles en 1938. (Loubet, 2001).

Cuadro 2. Censo estadístico de la industria del motor en Estados Unidos

	1929	1931	1933	1935
Empresas (nº)	211	178	122	121
Valor del output (millones \$ nominal)	3.710	1.568	1.097	2.391
Valor del output (millones \$ 1929)	3.710	1.806	1.470	2.926
Asalariados (miles)	27	s.d	16	17
Valor del output por empresa (millones \$ nominal)	17,58	10,15	12,05	24,18

Fuente: Timothy F. Bresnahan and Daniel M. G. Raff (1991), p. 322

Una primera visión estructural de la industria de la automoción en Estados Unidos nos situaría en medio de la destrucción elevada de empresas, de la reducción de producción y del número de asalariados. La crisis golpeó con fuerza a la economía norteamericana y sus efectos se dejaron sentir sobre el sector del motor como muestra el cuadro 2. Dentro de este sector, la industria del automóvil venía mostrando un progresivo proceso de oligopolización antes de la crisis. En 1909 se alcanzó el punto más álgido en el número de empresas del automóvil en Estados Unidos con 272. En 1925 solamente quedaban 51. Ford, General Motors y Chrysler controlaban ya en 1911 el 38% del output y este porcentaje, que había crecido hasta el 60% a comienzos de los años veinte, pasó a ser del 80% en los años treinta. La crisis no detuvo este proceso de concentración empresarial y tampoco alteró la falta de nuevas spinn-offs tecnológicas en un sector maduro como el del automóvil desde 1925. El mercado norteamericano mostraba un cierto nivel de saturación antes de la crisis. La introducción de técnicas de marketing por parte de la General Motors a comienzos de los años veinte era una muestra del intento de limitar esa saturación. La utilización de la obsolescencia estética se convirtió en un mecanismo para incrementar las ventas en segmentos de mercado menos castigados por la crisis mientras se disparaba el mercado de coches usados.

La industria del automóvil europea se encontraba en 1929 muy alejada del avanzado desarrollo de la americana. La producción europea era mucho menor y más artesanal, situándose en el ámbito de la especialización flexible y no de la producción en masa. Era una producción orientada hacia un mercado más reducido, de clase media-alta y con un tejido productivo muy diverso. Se había desarrollado en Europa un subsector productivo dedicado a las competiciones deportivas pero no se habían puesto en marcha programas orientados hacia un coche de bajo coste para consumo de masas. El mercado europeo no estaba saturado y mostraba un nivel de motorización muy inferior al norteamericano. Un sector de producción en masa precisaba de un número de consumidores óptimo que ninguno de los mercados nacionales parecía poseer.

Fue sin embargo la crisis la que hizo concebir este coche ligero -con piezas de aluminio, por ejemplo-, más barato y de menor consumo como el 2CV de Citroën, el modelo ideado por Ferdinand Porsche para Volkswagen y otros modelos similares para Austin en Reino Unido o Fiat en Italia. Los coches europeos pequeños, de escasa potencia, ligeros y con menor consumo de una energía más escasa en Europa se publicitaron e hicieron fuertes en el mercado europeo obligando a los productores americanos a modificar su oferta de modelos en Europa. El Opel Kadett, ideado en 1936, fue la versión de la industria estadounidense (General Motors) para el mercado europeo. El comienzo de la guerra frenó un cambio -el orientado al consumo de masas- que solamente se asentó en Europa tras el conflicto bélico.

La crisis no detuvo la producción en términos agregados en Europa como sí ocurrió en Estados Unidos pero sí alteró la posición de las empresas francesas, británicas y alemanas dentro de la producción europea durante ese periodo. La producción de coches de las empresas francesas y británicas estaba muy por encima de la alemana e italiana en los años veinte. Durante los años treinta se modificó el perfil de los productores por países que había en 1929. Así, Francia es adelantada como país productor por el Reino Unido en 1930 y por Alemania en 1934.

Durante los años treinta continuó con el proceso de concentración empresarial que ya había existido en los años veinte en Francia. De las 90 empresas que existían en 1929 quedaban 31 en 1939. Pese a esta diversidad, que se basaba en la existencia de diminutas empresas orientadas a un consumidor de alta gama y muy dependientes de la exportación, la industria francesa mostraba un elevado nivel de concentración. Un 74% de la producción procedía de la suma de Citroën, Renault y Peugeot en 1929. En medio de sistemas de protección de la producción nacional, las tres principales empresas francesas controlaban el 75% de su mercado interior en 1939. Sin embargo, cada una producía un promedio de 80.000 automóviles anuales frente a los millones de las americanas. La posición de la industria del automóvil francesa en el mercado exterior descendió desde los años veinte y durante la crisis continuó este retroceso. En 1934 Francia era el quinto exportador mundial de automóviles por detrás de Estados Unidos, Reino Unido, Canadá y Alemania con un 50% de sus ventas en el mercado colonial.

Fuera de las tres grandes empresas del automóvil en Francia había un grupo de pequeños artesanos orientados a la alta gama. Como subsector productivo no mostró ningún atisbo de cooperación durante la crisis limitándose a competir entre ellos por un mismo mercado cada vez más reducido por el proteccionismo comercial. Sí que cerraron, sin embargo, acuerdos de

cooperación para utilizar componentes mecánicos comunes que derivaron en precios menores en el aprovisionamiento o diversificaron su producción como fue el caso de Bugatti, que para sobrevivir, se orientó también a la industria del ferrocarril desde 1935. En el caso de Alemania, este mismo sector de alta gama fue empujado por el gobierno de la República de Weimar a establecer fusiones de pequeñas empresas. Así nació Auto-Unión en 1932, con la fusión de 4 pequeños constructores de coches, Audi, DKW, Horch y Wanderer. Mientras los constructores franceses se mantuvieron al margen de las carreras de coches como mecanismo de marketing, de difusión tecnológica y de contacto con clientes, estos eventos fueron utilizados con profusión por este mismo sector de alta gama en Italia y en Alemania durante los años treinta.

Los mercados nacionales comenzaron a enfrentarse con más fuerza a la presión ejercida por la competitiva industria americana que disponía de plantas en Europa como era el caso de Ford y de GM. La producción de la GM en Europa en 1938 era de 200.000 vehículos y la de Ford 120.000, de manera que el porcentaje de la producción europea que estaba generada en esa fecha por las multinacionales americanas era de un 30%. Pese a que el control de la producción residía en sus grandes empresas, en Francia surgieron nuevas empresas al calor de la crisis. Empresas como Mattford y Simca nacieron para limitar los efectos de la política proteccionista francesa. En 1934 se fijaba un contingente a las importaciones estadounidenses y se aplicaba una tarifa a las importaciones italianas cuatro veces superior a la tarifa mínima de importación. Ford y Fiat decidieron pasar a la ofensiva.

El proteccionismo europeo, como señala Mira Wilkins, estimuló la inversión directa americana en Europa. Mattford es un ejemplo. La empresa se creó en 1929 en Francia y representó la unión de un productor de coches local con la empresa Ford. El 60% de Mattford fue pronto controlado por parte de la multinacional norteamericana y la gama de productos locales se reemplazó por los productos de Ford. Fiat, por su parte, comenzó acordando trueques mediante negociaciones bilaterales con Citroën. Citroën podría vender componentes en Italia y Fiat introduciría 800 modelos en Francia. Fiat disponía, además, de una sociedad de importación en Francia que pasó a producir con una empresa francesa, Sical. Con la crisis de Citroën Sical pasó a manos de Fiat al completo y una nueva empresa, Simca, avanzó de la mano de Fiat en el mercado francés orientándose al consumidor más joven.

La crisis de 1929 había sido un eje de dificultades en numerosas empresas del motor pero también había estado acompañada por cambios empresariales y por el asentamiento de la industria del automóvil como uno de los núcleos de sus manufacturas en Estados Unidos y en Europa.

Fuentes: Graham, Margaret B.W.(2010) "Entrepreneurship in the United States, 1920-2000" en Landes, David S. Mokyr, Joel & Baumol, William J. (Ed.) *The invention of the enterprise*, Princeton/ Oxford, Princeton University Press, pp. 401-442. Godley, Andrew Casson, Mark (2010) "History of Entrepreneurship: Britain, 1900-2000" en Landes, David S. Mokyr, Joel & Baumol, William J. (Ed.) *The invention of the enterprise*, Princeton/ Oxford, Princeton University Press, pp. 243-272. García Ruíz, José Luis (2001b): "La automoción tras la Segunda Guerra Mundial" en García Ruíz, José Luis y Manuel Santos Redondo, *Historia empresarial de Barreiros*, Madrid, Síntesis, pp. 31-59. Wilkins, Mira (2003): "Ford among Multinational Companies" in Hubert Bonin, Yannick Lung and Steven Tolliday (eds.) *Ford, 1903-2003: The European History*, Paris, Editions P.L.A.G.E, pp. 71-92. Fridenson, Patrick (2003): "Ford as Model for French Car Makers, 1911-1939" in Hubert Bonin, Yannick Lung and Steven Tolliday (eds.) *Ford, 1903-2003: The European History*, Paris, Editions P.L.A.G.E, pp. 71-92. Klepper, Steven (2007) "The Organizing and Financing of Innovative Companies in the Evolution of the U.S. Automobile Industry" en Lamoreaux, Naomi R. Sokoloff, Kenneth (ed.) *Financing Innovation in the United States, 1870 to the Present*, Cambridge, MIT, pp. 85-128. Loubet, Jean- Louis (2001) *Histoire de l'automobile français*, Paris Seuil. Fridenson, Patrick (1972) *Histoire des usines Renault*, Paris Seuil. Loubet, Jean- Louis (2001) *Histoire de l'automobile français*, Paris Seuil. O'Sullivan, Mary A. (2006) "Living with the U.S Financial System: The experiences of General Electric and Westinghouse Electric in the last Century". *Business History Review*, 80, pp. 621-656. Cruishank, Jeffrey L.

Schultz, Arthur W. (2010) *The Man who sold America*, Boston, Harvard Business Review Press. Flik, Reiner (2001) "Automobilindustrie und Motorisierung in Deutschland bin 1939" en Boch, Rudolf (Hg.) *Geschichte und Zukunft der deutschen Automobileindustrie*, Stuttgart, Steiner Verlag, pp. 49-84

COMPETENCIAS

- Utilización de vocabulario económico e histórico.
- Obtención de información en la biblioteca virtual UPNA
- Citar correctamente la información
- Representación gráfica en excel
- Síntesis información en inglés y castellano
- Estructuración de un informe tipo en un documento word
- Aprendizaje autónomo y colaborativo

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el plural funcionamiento del sector del automóvil en una coyuntura de crisis en diferentes países
- Estudiar cambios dentro de las empresas en diversos países
- Valorar la distinta participación de estados y empresas en este contexto

TAREAS

1. Lectura del cuadro informativo sobre la elaboración de informes situado al final de este ejercicio.
2. El informe tendrá una extensión mínima de **1.500** y máxima de **2.000** palabras incluido el material (cálculos de referencia, fotografías, gráficos o tablas informativas) que consideres oportuno.
3. El trabajo es en grupo y se entregará el **23 de mayo** en formato Word por medio del correo de MiAulario o de la herramienta de Tareas.
4. Imagina que un compañero ha recogido materiales diversos en una carpeta. Vuestra labor consiste en resumir la información básica partiendo de datos muy heterogéneos. Sois vosotros/as los/las que debéis decidir los contenidos de un informe que llevará el siguiente título: *Situación y estrategias en el sector del automóvil en Europa y Estados Unidos, 1929-1939*

ESQUEMA DE CONTENIDOS DEL INFORME

El trabajo se estructurará con los siguientes contenidos:

1. Efectos de la crisis en el sector

- a. Materiales a utilizar: Introducción de este ejercicio/datos Excel / PDF García Ruíz (2001)
- b. Resultados:
 - i. Producción y exportación de automóviles en Estados Unidos y en Europa 1929-1938
 - ii. Evolución de la producción en Europa
 1. Determinar porcentaje de producción europea en manos de empresas de Estados Unidos

2. Estrategias empresariales

a. Estados Unidos: General Motors y Ford

- i. Materiales a utilizar:
 - 1. Introducción de este ejercicio práctico/PDF General Motors y Ford, Raff, Daniel M. G. (1991): p.724/744/751 (nota 59), 752-753
- ii. Conceptos a utilizar:
 - 1. Economía de escala, economía de diversificación, saturación de mercado, producción en masa flexible

b. Gran Bretaña: Austin

- i. Materiales a utilizar:
 - 1. Introducción de este ejercicio/ PDF Austin
- ii. Conceptos a utilizar: exportaciones de Austin antes y después de la crisis, protección del mercado interior

c. Francia: Renault, Citroën y Peugeot

- i. Materiales a utilizar:
 - 1. Introducción de este ejercicio práctico / PDF Renault/ Cohen, Yves (1991): p. 757-578/770/778
- ii. Conceptos a utilizar: financiación, trabajadores cualificados, I+D, quiebra, lobby, diversificación, ahorro, 2CV, proteccionismo, mercado colonial

d. Alemania: Volkswagen y Auto Union

- i. Materiales a utilizar:
 - 1. Introducción de este ejercicio práctico/ Tolliday, Steven (1995): p. 277-286
- ii. Conceptos a utilizar:
 - 1. Segmentación de la demanda, demanda de bajo coste, Estado nazi, infraestructura de transporte, fusión empresarial

e. Italia: Fiat y Ferrari

- i. Materiales a utilizar:
 - 1. Introducción de este ejercicio práctico/ PDF E. Ferrari, Fauri, Francesca (1996), p. 171-175
- ii. Conceptos a utilizar:
 - 1. Mercado interno, mercado exterior, tarifas ad valorem, licencias, prototipo, marketing, nacionalización

MATERIALES DE APOYO

Los recursos están disponibles en el [Portal de revistas de la biblioteca de la universidad](#) y en la plataforma de MiAulario:

1. Lecturas en el portal de revistas o bases de datos de la biblioteca

2. Raff, Daniel M. G. (1991) "Making Cars and Making Money in the Interwar Automobile Industry: Economies of Scale and Scope and the Manufacturing behind the Marketing", *Business History Review*, Vol. 65, nº 4, Winter, pp. 721-753
3. Tolliday, Steven (1995) "Enterprise and State in the West German Wirtschaftswunder: Volkswagen and the Automobile Industry, 1939-1962" *Business History Review*, Vol. 69, No. 3, Autumn, pp. 273-350
4. Fauri, Francesca (1996) "The Role of Fiat in the Development of the Italian Car Industry in the 1950's" *Business History Review*, Vol. 70, No. 2, Summer, pp. 167-206
5. Cohen, Yves (1991) "The Modernization of Production in the French Automobile Industry between the Wars: A Photographic Essay", *Business History Review*, Vol. 65, No. 4, Winter, pp. 754-780

3. Lecturas en la carpeta de recursos de MiAulario

a) PDF. García Ruíz

Fuente:

García Ruíz, José Luis (2001) *Historia empresarial de Barreiros*, Madrid, Fundación Eduardo Barreiros/Síntesis

b) PDF. Austin

Fuente:

Church, Roy (1979) *Herbert Austin. The British Motor Car Industry to 1941*, London, Europa Publications Limited

c) PDF. Renault

Fuente:

Loubet, Jean- Louis (2001) *Histoire de l'automobile française*, Paris Seuil. Fridenson, Patrick (1972) *Histoire des usines Renault*, Paris Seuil

d) PDF. Ferrari

Fuente:

Laban, Brian (2008) *La gran historia de Ferrari*, Barcelona, Parragon, pp. 17-19

e) PDF. General Motors y Ford

Fuente:

Valdaliso, J.M. López, S. (2007) *Historia Económica de la Empresa*, Barcelona, Crítica, pp. 314-320

¡Atención!

Los materiales no están ordenados por temas ni recogen información sistemática sobre todas las empresas del automóvil que estaban en activo durante los años treinta.

Es posible incorporar otras empresas pero hay que señalar la fuente de información y la base de datos (Dialnet, Scopus, Web of Knowledge etc) en la que se encuentra en tu bibliografía final

4. Hoja excel en la carpeta de recursos de MiAulario

The image shows two Excel spreadsheets side-by-side. The left spreadsheet is titled 'Evolución de la producción y exportación mundial de coches 1929-1938' and contains a table with columns for 'País', 'Producción (en millones de unidades)', and 'Exportación (en millones de unidades)'. The right spreadsheet is titled 'Evolución de la producción de coches en Europa 1929-1938' and contains a table with columns for 'País', 'Producción (en millones de unidades)', and 'Exportación (en millones de unidades)'. Both tables list countries like Alemania, Francia, Italia, Inglaterra, España, etc., and their production and export figures for each year from 1929 to 1938.

¿Cómo redacto un informe?

Un informe es una presentación escrita de hechos y resultados compilados por medio de una investigación. Habitualmente, incluye recomendaciones para apoyar un proceso de toma de decisiones. Antes de escribir un informe es necesario buscar la información, planificar y decidir su contenido. En líneas generales se emplea mucho más tiempo en pensar el esquema y la organización del contenido que en redactarlas en el papel.

Los informes pueden ser un resumen de hechos (*factual report*), una compilación de instrucciones cuando hay cambios en una entidad (*instructional report*) o bien un informe con recomendaciones (*leading report*).

El esquema de trabajo puede variar pero suele atender a los siguientes puntos:

a) Página inicial de presentación:

Recoge el título del informe, el/la autor/a, la posición que ocupa y lista de distribución del texto. La lista de distribución refleja los nombres de aquellas personas que pueden leerlo. Si no hay lista de distribución y es confidencial se señala como tal.

b) Resumen:

Compila la información general para que el receptor se haga una idea de su contenido antes de leerlo en su totalidad. Suele contener elementos que animen a su lectura

c) Índice de contenidos:

Recoge los títulos de las secciones y subsecciones que forman parte del informe y sus páginas

d) Introducción

Señala los motivos del informe, los objetivos, la persona que demanda el informe y los destinatarios. No debe ser un texto muy extenso.

e) Contenido del informe

Redacción del contenido de las secciones y subsecciones

f) Conclusiones

g) Recomendaciones (Opcional)

h) Apéndices (Opcional)

Es un apartado opcional que incluye gráficos o tablas informativas para apoyar el informe. En ocasiones, este apéndice puede suprimirse y esta información se introduce en el cuerpo del texto.

i) Bibliografía

Es conveniente que consultes el curso CCI para ECO para citar los artículos, libros o capítulos de libros en la forma adecuada.

j) Agradecimientos

k) Glosario y abreviaturas (Opcional)

Solamente si se han utilizado en el texto

Con el fin de solucionar los problemas que surgen al redactar es conveniente:

- Resumir los materiales buscando la adecuación de los conceptos
- Escribir primero un borrador con los contenidos
- Editar el trabajo preliminar con un estilo claro y evitando términos coloquiales en la redacción escrita.
- El estilo debe ser cuidadoso, conciso y bien estructurado.
- Recoger frases claras y no excesivamente largas.
- Es conveniente que los párrafos sean breves. Con 5 o 6 frases es suficiente.
- Es aconsejable utilizar un mismo tipo de letra que no sea ni demasiado pequeña ni demasiado grande, estableciendo diferencias de tamaño entre los títulos de las secciones y subsecciones, y entre ambas y el cuerpo del texto.
- El informe debe tener una alineación justificada y una separación de 1,5 puntos para facilitar su lectura
- No olvides paginar el texto