

EEUU-AUTOMÓVIL

## "Un nuevo orden" emerge en el mercado automovilístico en EEUU, según auditora

22/06/2009 - 19:17 - Noticias EFE

Washington, 22 jun (EFE).- Las llamadas "tres grandes" de Detroit (Ford, GM y Chrysler) dejarán de ser las principales productoras de automóviles en EEUU en 2012, un mercado que liderarán empresas de otros países, vaticinó hoy la empresa auditora Grant Thornton.

"Un nuevo orden está emergiendo en el que las compañías de Detroit (Ford, [General Motors](#) y Chrysler) puede que no sean las líderes en volumen de su mercado nacional", agregó Kimberly Rodríguez, directora de la auditora en un comunicado.

El informe señala que los proveedores de componentes para los fabricantes estadounidenses de automóviles necesitarán aumentar su cuota de mercado entre productores europeos y asiáticos para subsistir.

"Los proveedores que dependen en gran medida de los fabricantes de Detroit tendrán que presentar nuevas razones a los potenciales clientes de Europa y Asia si quieren participar en el acelerado cambio que está llegando", añadió Rodríguez.

Según las cifras del estudio, para 2012 los fabricantes estadounidenses reducirán en 4 millones de unidades su capacidad de producción en Norteamérica para dejarla en 7,5 millones de automóviles al año, un 35 por ciento menos que en 2008.

Mientras, los otros fabricantes aumentarán su capacidad un 20 por ciento, es decir 1,5 millones de unidades, para llegar a los 8 millones de vehículos.

Grant Thornton considera que las alemanas [Volkswagen](#) y [BMW](#) prácticamente duplicarán su capacidad de producción hasta llegar de forma combinada a casi 1 millón de unidades.

Toyota, Honda, Nissan y Hyundai aumentarán su capacidad un 20 por ciento, casi 1 millón de vehículos, y otros fabricantes añadirán una capacidad de producción de 200.000 vehículos, pronostica la firma auditora.

Rodríguez dijo que lo que más importará en 2012 no serán los costes o las relaciones históricas entre fabricantes y proveedores.

La mayoría de los proveedores existentes hoy en día necesitarán reducir su riesgo financiero, diversificar su clientela, mejorar sus capacidades de diseño y desarrollo y aumentar su calidad y servicio al cliente, subrayó.

"Los fabricantes europeos y asiáticos buscarán socios estables, pro activos y duraderos que ofrezcan buenos productos", explicó Rodríguez.

[http://www.finanzas.com/noticias/empresas/2009-06-22/177865\\_un-nuevo-orden-emerge-mercado.html](http://www.finanzas.com/noticias/empresas/2009-06-22/177865_un-nuevo-orden-emerge-mercado.html)