

Aunque la salud de Europa mejore, sus automotrices seguirán sufriendo

POR VANESSA FUHRMANS

Sergio Felice personifica la angustiosa realidad que viven los fabricantes de autos europeos. Y podría presagiar un futuro lúgubre.

El consultor bancario de 41 años, que se crió en Italia, recuerda que antes siempre era importante tener un buen auto. Ahora vive en Barcelona, donde ahorró para comprarse un Audi TT. Pero entonces, la crisis económica de Europa lo obligó a replantearse sus prioridades financieras, y tener auto dejó de ser una de ellas.

Aunque la situación mejore, es probable que no compre un automóvil hasta que haya cumplido al menos 60 años, dice. Por ahora, utiliza el transporte público, una moto y los servicios para compartir autos. "Prefiero poner el dinero que no gasto en un auto en un plan de jubilación", señala.

Detrás del cambio de parecer de Felice se detectan tendencias que colocan a las automotrices europeas ante un panorama complejo: cuando el continente se recupere de los estragos de la crisis de deuda, es posible que su industria automotriz no haga lo mismo.

El sector automotor europeo ya se perfila como una de las mayores víctimas industriales de la crisis. Las matrículas de vehículos nuevos en Europa han caído a cerca de un mínimo de dos décadas. La mayoría de las grandes automotrices está perdiendo dinero en la región. Moody's Investors Service Inc. estima que PSA Peugeot Citroën, Opel, de General Motors Co., Fiat SpA y Ford Motor Co. combinadas perderán unos 4.900 millones de euros (US\$6.600 millones) este año en Europa.

Algunos ejecutivos y consultores de la industria advierten que la crisis económica no sólo está provocando un descenso temporal en las ventas de autos, sino que está acelerando un declive más fundamental en el apetito del consumidor por los autos; una decadencia que podría presagiar más cierres de plantas, recortes de empleos y apuros económicos.

Una combinación de factores —el alza en los precios del combustible, modelos más duraderos, el hecho de que el auto ha perdido su lugar como símbolo de estatus y que menos jóvenes obtienen licencias, entre otros— ha reducido el hábito de los europeos de comprar autos nuevos.

Aunque algunos de estos factores también pueden aplicarse a otros mercados, como Estados Unidos, donde las ventas de autos han repuntado a los niveles previos a la crisis, hay una diferencia: la población en edad de conducir en EE.UU. y América Latina sigue creciendo, mientras que se estima que en Europa irá disminuyendo.

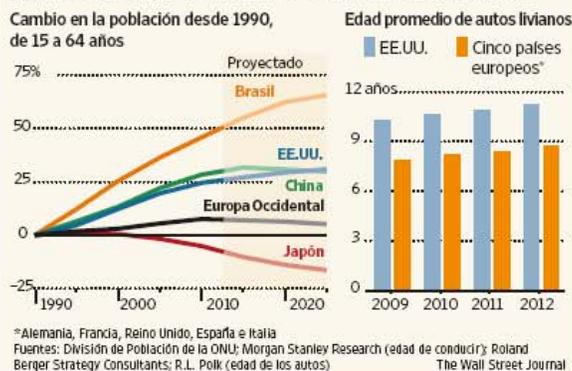
"Europa seguirá siendo difícil por mucho tiempo", presagia Carlos Ghosn, presidente ejecutivo de Nissan Motor Co. y Renault SA. La automotriz francesa anunció planes de recortar 7.500 empleos para 2016, 17% de su fuerza laboral en Francia, tras una caída de 18% en



Sergio Felice, un consultor de 41 años en Barcelona, ya no considera una prioridad comprar un auto.

Carril lento

La cantidad de europeos en edad de conducir se reducirá y quienes aún conducen conservan sus autos más tiempo.



sus ventas europeas de 2012.

Incluso cuando repunte la confianza del consumidor, dice, Europa probablemente no verá el crecimiento de los años pasados. Al igual que en otros mercados desarrollados, los automóviles han perdido relevancia entre los jóvenes europeos debido a los smartphones y otros productos que conectan a las personas.

IHS Automotive, un servicio de pronósticos de la industria automotriz, predice que las ventas de automóviles en Europa escalarán a 14,7 millones en 2020, 8% por debajo de su máximo de 2007, frente a un estimado de 12,2 millones este año. En América Latina se vendieron 6,8 millones de unidades en 2012, una cifra que subiría a 9,3 millones en 2020, indicó Guido Vildoza, analista de IHS Automotive.

Algunas automotrices ven un rayo de esperanza, argumentando que las ventas han caído tanto en seis años que los europeos impulsarán una recuperación moderada cuando reemplacen sus autos viejos. La edad promedio de los vehículos en los cinco principales mercados europeos aumentó a 8,7 años en 2012, frente a 7,9 años en 2009, según la firma Roland Ber-

ger Strategy Consultants.

Ejecutivos de fabricantes como Peugeot y Daimler AG han dicho que ven señales de que el mercado se está estabilizando y podría mejorar el próximo año.

Además, es demasiado pronto para pronosticar cuál será el estado en el que se encuentre el mercado de autos europeo en momentos más saludables, dado que la economía en general sigue débil. La zona euro creció por primera vez en el segundo trimestre del año desde 2011, con una expansión anualizada de 1,1%.

Las automotrices que venden mucho al exterior señalan que los mercados emergentes de alto crecimiento, como China y Brasil, compensarán el estancamiento del mercado local. Volkswagen AG, en particular, apunta a destronar a la japonesa Toyota Motor Corp. como el mayor fabricante mundial de autos en cinco años gracias a las crecientes ventas en China y otros países en desarrollo.

La demografía, más que otras tendencias estructurales, está perjudicando a Europa. En EE.UU., se prevé que la población entre 15 y 65 años se expanda más allá de 2020, según datos de las Naciones Unidas.

La misma población en Europa, en cambio, parece haber llegado a su punto máximo en 2011, debido a décadas de descenso en las tasas de natalidad; la ONU proyecta que se contraerá 1,4% en los próximos 10 años. En América Latina y El Caribe, se proyecta que la población en este grupo de edad siga creciendo hasta 2045, según la ONU.

Un informe de Morgan Stanley de 2012 proyectó que el envejecimiento de la población de Europa podría por sí solo reducir las ventas en 400.000 autos al año durante los próximos 10 años.

Igualmente, los jóvenes europeos en edad de conducir están menos inclinados a manejar y tener sus propios autos.

En buena parte del mundo desarrollado, menos adultos jóvenes han estado obteniendo sus licencias de conducir que en décadas anteriores, según un estudio del Instituto de Investigación del Transporte de la Universidad de Michigan.

En los mercados emergentes, como América Latina, en cambio, la proporción seguirá creciendo en todas las edades, indica Michael Sivak, profesor de la Universidad de Michigan. La razón es que la motorización aún no alcanza su nivel máximo, explica. "Si en EE.UU. hay aproximadamente 75 vehículos ligeros (autos, camionetas pickup, todoterrenos y furgonetas) por cada 100 personas, los números correspondientes en Brasil, México y Chile son 22, 18 y 17, respectivamente", añade.

Estos factores deprimirán las ventas de autos en Europa "hasta que haya un giro importante en la demografía o un cambio significativo en la tecnología", como los autos eléctricos, puntualiza Stefano Aversa, copresidente de la consultora AlixPartners LLP.

—Illan Brat, David Pearson, Benjamin Schenkely y José Healy contribuyeron a este artículo.