

Forbes^{MÉXICO}

VW, BMW y Daimler: los otros pacientes del coronavirus

Después de una caída dramática de ventas de autos, los mercados ganan vitalidad. Pero ahí acaban las buenas noticias para las automotrices alemanas, que ya tenían problemas antes de la pandemia.

Las **ventas de autos** han comenzado a remontar en las pasadas semanas después del parón sufrido hace unos meses debido a la pandemia del coronavirus y las medidas de restricción tomadas por los países. El mercado de China, el más grande del mundo, lidera la recuperación. Allí el repunte en las **ventas de nuevos vehículos** ha superado las expectativas, llegando casi a niveles prepandemia, después de la caída del 79% que se produjo en febrero.

Las marcas de gama alta son las que mejores resultados han obtenido, ya que sus clientes suelen tener más ahorros y mejores empleos. **Las marcas alemanas Porsche, Audi, BMW y Mercedes-Daimler**, que venden entre el 30 y el 40% de sus autos en China, dominan el mercado de los autos de lujo.

Sin embargo, la notable recuperación china parece ser una excepción entre los grandes mercados. Aunque todos ellos se han recuperado tras los mínimos alcanzados durante la pandemia, siguen estando muy por debajo de los niveles precrisis. En Alemania, el mayor mercado de Europa, los registros de autos nuevos cayeron solo un 5% en el mes de julio, después de una drástica caída de un 61% en abril. El continente europeo, el mayor mercado de autos alemanes después de China, también se ha recuperado tras los mínimos de abril. Y la tendencia en otro mercado clave como el de EU no es diferente.

“Todavía es difícil decir si la recuperación de las ventas se debe a un efecto de puesta al día después de semanas en las que prácticamente no hubo transacciones o se trata de una tendencia más sólida”, dice a DW **Emmanuel Bulle, director de Fitch Ratings**. “Muchos compradores recientes necesitaban un auto y lo compraron en cuanto tuvieron oportunidad”.

La industria automotriz de Alemania, al límite

El virus irrumpió en las automotrices alemanas en un momento en el que ya sufrían problemas por las emisiones contaminantes, exacerbados por el escándalo de las emisiones diésel, una demanda global menguante, aranceles elevados debido a las tensiones comerciales entre EU y China, así como la dura transición hacia el **auto eléctrico y autónomo**.

Ahora la frágil recuperación los tiene al límite. [Volkswagen](#) se ha visto forzado a reducir su dividendo el mes pasado y vaticina que el beneficio de sus operaciones caerá “dramáticamente” en 2020. **Daimler** dijo en julio que profundizaría en el recorte de gastos a pesar de la recuperación de la demanda en China. **BMW** anunció el pasado miércoles su primer trimestre de pérdidas en más de una década y espera beneficios significativamente inferiores a los de 2019.

“La situación es la peor que hemos tenido en la industria automotriz en los últimos 100 años”, dice a DW Ferdinand Dudenhöffer, fundador y director del **Centro de Investigación de la Automoción**, con sede en Duisburgo. Dudenhöffer agrega que no cree que la industria se recupere a los niveles precrisis hasta dentro de, al menos, 6 años.

La industria automotriz europea, hacia un futuro incierto

A todo ello hay que sumar la incertidumbre que rodea a la crisis del coronavirus. No se sabe cuándo se podrá tener control sobre la pandemia, que continúa perturbando mercados claves como los de Estados Unidos, Brasil e India. Los expertos ya hablan de una segunda ola en Europa, donde aumentan gradualmente los casos.

El torbellino económico provocado por la [pandemia](#) continuará influyendo en la industria automotriz, cuya salud está inextricablemente unida con la de la economía y la del empleo. La crisis ha hecho perder su trabajo a millones de personas, con EU como el país más afectado. Europa se las ha arreglado para mantener el desempleo a raya gracias a las ayudas y subsidios estatales, pero los expertos creen que las tasas podrían dispararse cuando los incentivos se agoten, lo que afectará a la demanda de autos.

Cambios en el comportamiento del consumidor

El actual repunte de ventas también se ha atribuido a personas que adquieren su primer auto para no tomar transporte público y protegerse así del coronavirus. Pero Gabriella Dickens, de **Capital Economics**, dice que la creciente tendencia a trabajar desde casa “compensará ese incremento de la demanda para evitar el transporte público”. “Después de todo, el auto es el medio más popular en las mayores economías para acudir al trabajo. En Reino Unido, por ejemplo, lo utiliza alrededor del 67% de los empleados”, dice.

Un estudio de la consultora de automoción **Berylls Strategy Advisors**, mostró que la pandemia estaba cambiando los hábitos en la adquisición de vehículos en todo el mundo, provocando que los presupuestos sean más reducidos, las compras se pospongan y que la gente adquiera modelos más económicos. En EU, la gente está apostando por los vehículos usados. La venta de autos eléctricos continúa incrementándose, debido principalmente a la demanda europea, donde los Gobiernos incentivan los vehículos ecológicos para cumplir con los objetivos de emisión de gases contaminantes. Las automotrices alemanas, que están invirtiendo cantidades millonarias en vehículos eléctricos y otras tecnologías verdes, han llegado algo tarde a la fiesta. En 2019, **Volkswagen y BMW** juntas vendieron menos de dos tercios de los vehículos vendidos por **Tesla**.