

### El atolladero de la industria automotriz

En lo que va del año, la producción y la venta de automóviles parecen encaminados a recuperar los multimencionados y esquivos niveles “pre-pandemia”. China logra mantener un crecimiento de mercado de 7.5% a octubre, empero a costa de grandes descuentos. Europa reporta un 16.7%, pero aun no recupera los niveles acostumbrados. En Estados Unidos, el 12.5% de crecimiento a octubre ya apunta aun mercado total que podría llegar a 16 millones en el año, un nivel bastante bueno. Y México está en la ruta a un mercado de 1.3 millones de autos vendidos, precisamente el nivel que se tuvo en 2019.

Sin embargo, a pesar de los buenos números de ventas y producción no todos en la industria están optimistas. El golpe mas reciente fue la huelga de la UAW que deja una carga pesada a las “tres grandes” de Estados Unidos, además de la amenaza de sindicalizar a las plantas japonesas y europeas en el sur del país. En Alemania, Volkswagen está anunciando programas de reducción de costos que incluye la reducción de personal administrativo. Continental, uno de los gigantes de la industria de autopartes, quiere salirse del negocio y regresar a su origen de fabricar llantas y mangueras. El 39% de las empresas del sector de autopartes en Alemania ven un futuro negativo, con pocas utilidades, más costos, y retos de transformación e innovación que no todos van a poder enfrentar. Los productos chinos no solo están conquistando terreno en el mercado europeo de autos eléctricos, sino con una presencia también de autopartistas chinos que venden sus mas avanzadas tecnologías de asistencia de manejo a las armadoras europeas.

Del otro lado del planeta, en la misma China, las cosas no están más fáciles para los que fabrican componentes para automóviles. La desenfrenada carrera de descuentos que inició Tesla ya está involucrando prácticamente a toda la industria. Y las armadoras se voltean con sus proveedores para recuperar algo de los ingresos perdidos por medio de menores precios en las autopartes. La mitad de los proveedores reportan que les están pidiendo reducir sus precios entre 5 y 10%. Incluso los trabajadores en el ensamble de los autos tienen que aportar una parte de su sueldo. Comenta un periódico chino: “las ventas están calientes, pero los participantes en el mercado sienten frio.”

El factor que más impacto va a tener en la competitividad y en los resultados financieros de la industria automotriz, desde las armadoras hasta el último de los proveedores, es la transición al auto eléctrico que ya está en proceso, pero que todavía no se consolida en todos los mercados.

Sin duda, los chinos (otra vez) son los más avanzados, porque están logrando en su mercado local penetraciones en septiembre de 36% de eléctricos enchufables, y le apuntan a un 40% a fin de año. Han logrado reducir los costos de las baterías a través de un alto volumen, lo cual a su vez les permite ofrecer autos eléctricos a precios equivalentes a los de combustión. En el mundo de las armadoras tradicionales, nadie ha podido (o querido) igualar este logro. Por algo, Volkswagen está independizando su filial en China para convertirla en una operación local.

## El pulso de la industria por Thomas Karig

En Estados Unidos apenas el 7% de los autos vendidos son eléctricos, en Europa es el 15%. Ese nivel no es suficiente para asegurar la rentabilidad ni para amortizar las inversiones, lo cual mantiene a armadoras y proveedores en una situación de incertidumbre que se puede convertir en amenaza.

La única manera de evitar el atolladero es acelerar la transición hacia el auto eléctrico. La industria necesita certidumbre para poder planear y aplicar sus recursos de manera rentable. Si esto no se logra, habrá unos cuantos que se queden averiados en el camino.