

ALEMANIA, ¿LÍDER EN AUTOS ELÉCTRICOS?

Desde los tiempos pioneros de Karl Benz, en 1886, la industria automotriz ha impulsado la economía alemana. En la exposición internacional de Francfort de este año, BMW presentó su primer coche eléctrico de producción masiva, y el sector automotriz demostró que seguirá siendo una fuerza a afrontar. El desarrollo de vehículos eléctricos susceptibles de comercialización fue uno de los temas dominantes entre los fabricantes alemanes, entre ellos Volkswagen, BMW, Daimler y Audi. La coalición saliente ha prometido apoyar la producción de vehículos eléctricos para llevar el sector automotriz germano al liderato mundial, y prevemos que el nuevo gobierno mantendrá esa política. Alemania planea tener vehículos eléctricos en circulación hacia 2020.

La ambición global de los productores alemanes no es sorprendente. En 2012 Alemania fue el cuarto productor mundial de autos y vehículos comerciales, con 6.7 por ciento de la producción total, detrás de China (22.9 por ciento), Estados Unidos (12.3) y Japón (11.8), según la Organización Internacional de Fabricantes de Vehículos de Motor (OICA, por sus siglas en francés). Si bien la participación alemana en la producción ha caído de 9.3 por ciento que era hace 10 años, este descenso refleja sobre todo el rápido surgimiento de China como productor, que cuadruplicó su parte respecto del 5.6 por ciento de 2002. En comparación con otras naciones, la industria automotriz alemana ha defendido bastante bien su posición mundial. La pérdida de 2.6 puntos porcentuales entre 2002 y 2012 estuvo muy por debajo de la sufrida por Estados Unidos (8.5 puntos porcentuales) y Japón (5.6).

Desafíos a la posición mundial

Sin embargo, es posible que la persistente crisis económica europea provoque otra sacudida en la posición alemana en el mercado mundial. Entre la expansión de la producción mundial de vehículos en la primera mitad de 2013 (2 por ciento anualizado), la caída es naturalmente mucho mayor para los productores de la Unión Europea, en particular Francia (-20 por ciento anual), pero también Alemania (-3 por ciento). Entre tanto, la participación de mercado se expandió para productores en China (13 por ciento) y Estados Unidos (5 por ciento), aunque no en Japón (-11 por ciento).

La industria automotriz es un sector clave en Alemania. Aporta cerca de 8 por ciento del valor agregado total en el sector industrial, ya alto según normas internacionales, e impulsa muchas otras industrias y servicios, tanto de insumos como de complementos, en la economía alemana. La producción se expandió más rápido durante la segunda mitad



Unidades del Nuevo Beetle de Volkswagen en Wolfsburg, Alemania. La empresa informó sobre sus resultados financieros el jueves pasado ■ Foto Ap

de la década de 1990, reflejando la alta demanda de la ex República Democrática Alemana y la cada vez mayor de Europa central y oriental. Después vino una fase de reducción de costos y ganancias en productividad, por ejemplo mediante un incremento de las plataformas compartidas entre varios modelos y esquemas más flexibles de tiempo de trabajo, que elevaron la competitividad de la industria. Puesto que el carácter cíclico de esta industria hace de ella un barómetro de las tendencias económicas a corto plazo, y debido a su importancia para el empleo, con 718 mil trabajadores, el sector tiene un enorme peso económico e influencia política en Alemania y la Unión Europea.

ESTA INDUSTRIA TAMBIÉN TIENE UNA FUNCIÓN IMPORTANTE EN LA DEMANDA DE INVERSIÓN

Sin embargo, las consideraciones de costos y la evolución del mercado han impulsado un cambio en las pautas de producción. En años recientes la expansión de la producción ha sido más vigorosa en el extranjero que en Alemania, de modo que ahora más de la mitad de la producción de autos de marca alemana se realiza fuera del país. Aparte de impulsar las respectivas economías extranjeras, la

economía alemana también parece haberse beneficiado de esta expansión, evidente en los crecientes niveles de producción y empleo.

Mercados futuros

Los automóviles constituyen la mayor categoría de exportaciones alemanas, con una participación de 17 por ciento (autos y autopartes) en las exportaciones totales de 2012, seguidos por maquinaria (15 por ciento) y productos químicos (10 por ciento), y la proporción de exportaciones (exportaciones como parte de la producción) se ha elevado constantemente, de alrededor de 45 a 70 por ciento. En autos de pasajeros, la proporción de exportaciones alcanzó 77 por ciento en 2012, de acuerdo con la Verband der Automobilindustrie (VDA), principal asociación del ramo. El mercado más importante para las exportaciones alemanas sigue siendo la Unión Europea, con 60 por ciento del total en 2012; sin embargo, en términos absolutos las exportaciones a la UE cayeron 10 por ciento, debido a la crisis económica. Entre tanto, crecieron las ventas a Estados Unidos, con una participación total de 15 por ciento en 2012.

Si bien Alemania tiene un alto superávit comercial en automóviles, el volumen de importaciones no es despreciable. Las compras de autos extranjeros muestran tendencia a la alza en el tiempo, en parte por las crecientes importaciones de marcas internacionales, pero también

porque una proporción cada vez mayor de autos de marca alemana se venden en el país, pero se fabrican en el extranjero. En 2012 las importaciones de esos autos llegaron a 861 mil unidades y constituyeron 39 por ciento de todas las ventas de autos de marca germana en Alemania. Sin embargo, con 4.13 millones de autos exportados en 2012, el superávit comercial del sector es alto.

La industria del automóvil también tiene una función importante en la demanda de inversión. El rápido cambio tecnológico y la innovación son emblemas de la industria, evidentes en el constante desarrollo de nuevas líneas de producción, pero también en términos de investigación de materiales, innovación en combustibles y, actualmente, electrificación. El gasto interno en investigación y desarrollo (ID) en la industria llegó a 16 mil millones de euros en 2012, que representan 2 por ciento de aumento anual.

Altos costos de investigación

Las actividades de ID se enfocan actualmente en el desarrollo de vehículos eléctricos susceptibles de comercialización y más autos "inteligentes". Los primeros representan un desafío especial para los productores alemanes de automóviles típicamente lujosos y pesados, que ahora requieren el uso de materiales más livianos y baterías más durables y ligeras. Por ejemplo, el BMWi3 está construido en un nuevo chasis de

fibra de carbono, en un intento por mantener bajo el peso; aun así su sola batería pesa 230 kilos. La VDA estima que en los próximos años los fabricantes alemanes invertirán entre 10 y 12 mil millones de euros, 40 por ciento de su presupuesto total para ID, en investigación relacionada con vehículos eléctricos.

EL RÁPIDO CAMBIO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN SON EMBLEMAS DEL SECTOR

La industria automotriz alemana está bien ubicada internacionalmente, pero los retos para el futuro son numerosos. Los esfuerzos por ganar una participación dominante en el mercado de vehículos eléctricos están muy adelantados y la alta tasa de innovación de productos es prometedora, pero implica riesgos, por ejemplo si el potencial del mercado se sobrestima a partir del bajo nivel actual de no más de 16 mil vehículos eléctricos en calles y carreteras alemanas. La necesidad de fabricar autos "digitales" —para añadir software inteligente que apoye la navegación y la seguridad y mejore la experiencia de viaje— es otro desafío que requiere costosa inversión, frente a un mercado principal europeo que en el mejor de los casos se encuentra estancado.

Economist Intelligence Unit