

Los fabricantes de coches obtienen un beneficio récord con menos ventas

BMW y Daimler son las compañías más rentables, según un estudio de EY

DOLORS ÁLVAREZ
Barcelona

Los grandes fabricantes automovilísticos obtuvieron en el primer semestre beneficios récord aunque sus ventas e ingresos siguen sin recuperar los niveles anteriores a la pandemia. Pese a la escasez de semiconductores, que ha causado un grave problema en las cadenas de suministro, los márgenes de beneficio mejoraron, hasta un histórico 8,8%, frente al -0,7% del primer semestre del 2020. El motivo es que los consumidores se están decantando hacia modelos de mayor tamaño y tecnología, con precios más altos.

Así lo señala un estudio de la consultora EY, que destaca que el aumento de la movilidad eléctrica y el crecimiento significativo en las ventas de automóviles eléctricos e híbridos enchufables a nivel global aparentemente no han tenido un impacto negativo en los márgenes. “Vemos que muchas empresas se están orientando actualmente de manera consistente y a toda velocidad hacia la movilidad conectada. La temida caída en las ganancias debido a la creencia de que los coches eléctricos supuestamente generan menos margen es, al menos hasta el momento, infundada”, señala el mismo informe.

Respecto al caso concreto de España, Xavier Ferré, socio responsable del sector de automoción y transporte de EY, puntualiza que “aunque aquí las ventas del coche eléctrico crecen a un ritmo alto, estamos hablando de cifras todavía bajas. Por lo tanto, el impacto en márgenes es muy sesga-



Stand de BMW en el último Salón del Automóvil de Munich

CHRISTOF STACHE / AFP

do ya que la totalidad de las ventas del eléctrico todavía son bajas.”

A su juicio, los fabricantes del sector se enfrentan a tres retos en los próximos años. El primero, “convivir con ambas tecnologías (la eléctrica y de la combustión) y en esa transición, es posible que la eficiencia se vea impactada”. Además, añade Ferré, también será clave mejorar el I+D para aumentar la autonomía de las baterías, así como la búsqueda de materiales más ligeros a la vez que más resistentes. “Por lo tanto, una tecno-

logía en desarrollo sostenible no puede, por definición, alcanzar eficiencias productivas en el corto plazo”, sostiene.

Otro reto implica el desarrollo de políticas comerciales que fomenten la venta de vehículos con mayor margen, y un enfoque directo hacia aquellos clientes que generan más margen como particulares y empresas. Y, por último, la gestión de políticas de reducción de costes que, como se ha demostrado durante la pandemia, es posible aplicar sin compro-

meter la calidad, según Ferré.

En el ámbito global, el margen de beneficio se encuentra en el nivel más alto desde el 2004, cuando la consultora empezó a realizar este tipo de informes. En porcentaje de beneficio sobre ventas, las empresas más rentables son las alemanas BMW (14,5%) y Daimler Benz (12,9%), seguidas de la japonesa Toyota (10,7%)

Las 16 principales compañías del sector sumaron en este primer semestre un beneficio operativo de 71.500 millones de euros, que

contrasta con las pérdidas de 4.100 millones del mismo periodo del año pasado. En volumen global de beneficio operativo, el líder es Toyota (12.997 millones), seguida de Volkswagen (11.358) y Daimler (10.933).

Respecto al primer semestre del 2020, cuando irrumpió la pandemia, las ventas han aumentado un 27% hasta 33,5 millones de vehículos, pero siguen siendo un 11% más bajas que en la primera mitad del 2019. Lo mismo ocurre con los ingresos, que han sido un 32% superiores al 2020, pero inferiores al 2019. No se espera una recuperación inmediata del mercado español. “A nivel nacional, las ventas de automóviles siguen a la baja y no se espera un repunte en septiembre debido a la crisis de los microchips, la situación eco-

La temida caída de ganancias por el menor margen del coche eléctrico no se ha producido

nómica y sanitaria y que el consumidor todavía tiene dudas sobre por qué tecnología optar”, señala Ferré. No obstante, para los analistas de EY, la escasez de semiconductores tiene también una interpretación positiva porque revela que las compañías se están enfocando hacia vehículos de alto margen y menos dependientes de los descuentos que se pueden ofrecer para incentivar las ventas.

La buena evolución del beneficio se refleja también en la bolsa. La capitalización de las 16 empresas analizadas ha aumentado un 15% desde que comenzó el año, con subidas destacadas como las de Ford (+58%) y Volkswagen (+53%). Tesla sigue siendo la que mayor capitalización tiene, con cerca de 703.000 millones de dólares, más del doble de lo que valen todos los fabricantes alemanes juntos.●

Desde el 2008 se han cerrado 24.095 oficinas bancarias, lo que implica que la red actual es menos de la mitad de la que existía entonces. Pero a pesar de semejante ajuste, España sigue disfrutando de una red extensa en comparación con la población que atiende, ya que tiene 2.144 habitantes por oficina frente a 3.125 de media en la UE.

Con el cierre de oficinas se aligeran las plantillas, siendo los ERE la cara más dramática de la reestructuración bancaria. En ocasiones se acusa a los bancos de la pérdida de puestos de trabajo, exhibiendo como crítica que en el pasado han sido rescatados con fondos públicos. Es cierto que algunas entidades recibieron inyecciones de capital cuyo coste ha asumido el contribuyente, pero fueron necesarias para rescatar depositantes y no banqueros y evitar una crisis sistémica cuyo coste hubiera sido mucho mayor. Además, la banca tiene un serio problema de rentabilidad que obliga a reducir costes en un contexto en el que los bajos tipos de interés penalizan el margen con el que intermedian. Y como cualquier empresa de la economía, la banca debe ofrecer al accionista una rentabilidad que le compense por el riesgo que asume,

TRIBUNA

Joaquín Maudos

Universitat de València-Ivie-Cunef

¿Es necesario cerrar tantas oficinas bancarias?

algo que desde hace años no es capaz de conseguir y que explica la continua reestructuración del sector.

También es frecuente imputar a los bancos un posible problema de exclusión financiera por el cierre de tantas oficinas, argumento que en ocasiones se utiliza para dañar la imagen del sector. Aunque ha aumentado el número de municipios que no tiene ni una sola sucursal, en esos municipios solo vive el 3,1% de la población. Y en esos casos, sus habitantes deben invertir en un desplazamiento por carretera de once minutos de media para llegar a la oficina más cercana. Por tanto,

el problema de accesibilidad a los servicios bancarios está acotado, y no es mayor al que tiene lugar en términos de tiempo de acceso a un hospital o a un centro educativo, como demuestra un reciente estudio de la Fundación Ramón Areces. No obstante, donde haya problemas de exclusión financiera (pueblos donde no hay oficinas, no llega internet, o personas con escasa cultura financiera o sin dispositivos electrónicos), debe actuar el sector público con la colaboración de los bancos.

El sector bancario arrastra desde hace años un problema de imagen cuyo origen está sobre todo en la crisis del 2008 y el mencionado rescate con fondos públicos de algunas entidades (mayoritariamente cajas de ahorros). También han contribuido en el pasado las malas prácticas en la comercialización de algunos productos bancarios. Pero sin negar estos hechos, me parece desproporcionado el ataque que está sufriendo el sector, con comentarios que llegan incluso al insulto que menciona a las madres de los banqueros o los compara con un Drácula que chupa hasta la última gota de sangre de los clientes. Los argumentos que suelen esgrimirse son los despidos y el cierre de oficinas y las consecuencias que de ello se

derivan en la atención al cliente, ignorando los problemas de baja rentabilidad del sector que aboca a los bancos a esos ajustes.

El problema de reputación es de difícil solución, exige mucha pedagogía y no beneficia a nadie. Y digo esto último porque los bancos cumplen una función muy importante en la economía, haciendo que el ahorro se transforme en pro-

La pérdida de empleo sería aún mayor si no se corrigiera el problema de baja rentabilidad

yectos de inversión, determinantes para el crecimiento del empleo. Esa función es cada vez menos rentable, presionada por los bajos tipos de interés, la competencia bancaria y no bancaria (como la de las big tech y la banca en la sombra) y el cambio en los hábitos del consumidor. A nadie le gustan los ERE del sector, pero la pérdida de empleo sería aún mayor si el negocio bancario no fuera viable por no corregir el problema de baja rentabilidad.