

Volkswagen desafía al imperio de Tesla con los vehículos eléctricos

Elon Musk llevaba más de diez años en Twitter cuando en enero el presidente de Volkswagen, Herbert Diess, llegó a la red con un mensaje: el gigante alemán se pondrá al día en la carrera por los vehículos eléctricos.

Un objetivo que viniendo del fabricante insignia de la era de los motores térmicos había dejado escépticos a los observadores. Sobre todo después del escándalo del «*dieseltgate*» que costó a Volkswagen (VW) miles de millones de euros y dejó malparada su reputación.

Pero esta semana han cambiado de parecer tras el anuncio de un plan ofensivo para dominar el mercado dentro de 5 años, basado en la apertura de seis fábricas gigantescas de baterías en Europa.

«Volkswagen es el nuevo Tesla», decretó el *Financial Times* en referencia a la empresa californiana que se ha convertido en un modelo de innovación eléctrica. Y su jefe, el «*technoking*» Elon Musk, debe desconfiar del «*Technokaiser*» Diess, advierte Bloomberg.

«Nuestra transformación será rápida, sin precedentes y a una escala nunca vista en la industria automotriz en un siglo», aseguró Diess el lunes.

Muchos lo consideran posible. El experto *Tatsuo Yoshida*, de Bloomberg Intelligence en Japón, considera que VW tiene «el potencial» para imponerse en el mercado eléctrico «en algunos años».

«La combinación entre recursos financieros y capacidades de producción hacen que Volkswagen sea el mejor situado» para atacar a Tesla aunque «no será fácil», explica a AFP Karl Brauer, analista del sitio *Carexpert*.

«Salvar las apariencias»

El presidente director ejecutivo de 62 años, a la cabeza de VW desde 2018, siente admiración por Elon Musk, de 49 años, con quien, según una persona de su entorno, mantiene una relación amistosa y se comunica por correo electrónico.

Presentando su estrategia en un «*Power Day*» muy organizado, el fabricante alemán buscaba causar sensación en Estados Unidos.

Y lo consiguió: los inversores estadounidenses reaccionaron.

En una semana sus acciones subieron más del 15% en la bolsa de Fráncfort, convirtiendo a la empresa de *Wolfsburgo* en la más valorada en el Dax con más de 130.000 millones de euros (155.000 millones de dólares) de capitalización.

El objetivo del presidente, 200.000 millones de euros (239.000 millones de dólares), parece al alcance de la mano. Pero Tesla vale 619.000 millones de dólares (519.000 millones de euros).

El mercado reconoce la «transición a marchas forzadas» de Volkswagen, comenta a la AFP Eric Kirstetter, del gabinete Roland Berger en Francia.

Tras el escándalo de los motores diésel amañados, Volkswagen no tuvo más remedio que dar un «salto adelante» para «salvar las apariencias», recuerda Matthias Schmidt, experto en movilidad eléctrica radicado en Alemania.

Volkswagen decidió en 2015 desarrollar una base técnica única para lo eléctrico que se utilizó por primera vez en el modelo ID.3 lanzado en el otoño.

Patrick Hummel, analista de UBS, considera esta estrategia como «la apuesta por lo eléctrico más significativa de un fabricante tradicional». Otros apuestan por plataformas mixtas, combinables con varias tecnologías.

Programas informáticos

El gigante VW también quiere apostar por su principal baza: las economías de escala (cuanto más produce una empresa menor es el coste por fabricar el producto).

«Tesla aprende para fabricar grandes volúmenes, pero grupos como Volkswagen ya las tienen», explica Subodh Mhaisalkar, director ejecutivo del instituto de investigación energética de la Universidad Tecnológica de Nanyang, en Singapur.

Este tamaño tiene sus inconvenientes: cada decisión importante se toma por consenso, no solo con el poderoso jefe del comité de empresa, sino también con las direcciones de las 12 marcas del grupo, entre las que figuran Audi, Porsche, Seat y Bugatti.

La tecnología eléctrica no es lo único en lo que va rezagado. Volkswagen debe alcanzar a Tesla en el ámbito del software, el

otro eje de la guerra automotriz.

«En general Tesla debería seguir siendo líder del eléctrico gracias a las ventajas en baterías y conducción autónoma», un aspecto sobre el que los fabricantes tradicionales tienen dificultades para innovar, señala Ben Kallo, analista del gabinete estadounidense Baird.

«Quizá Volkswagen no sea Apple, pero puede ser el Samsung del mundo eléctrico», resume el informe de UBS. Por de pronto en Twitter Diess tiene 49 millones de seguidores menos que Elon Musk.

Con información de AFP