

Los despidos y los mercados emergentes, bálsamo para la crisis en la industria del motor

A.B.M.

Las cuentas de General Motors, Ford y Chrysler no deja lugar a dudas. GM anunció unas pérdidas anuales de 38.700 millones de dólares, las mayores de su historia. Estos resultados se debieron a la inclusión de 38.300 millones de gastos especiales por créditos fiscales no utilizados. Las pérdidas de esta compañía superan el récord establecido por General Motors, que registró pérdidas de 23.400 millones de dólares en 1992.

Ford también ha tenido que admitir una reducción del 10% de su producción en EEUU para el segundo trimestre de 2008 en respuesta a "las actuales condiciones económicas". Y a Chrysler tampoco le ha ido mejor. La estadounidense ha anunciado que sus ventas cayeron un 14% en el mes de febrero, lo que para el fabricante es causa, en parte, a la ralentización de la economía en el país.

Las gigantes de Detroit están pasando por un complicado momento, por lo menos eso es lo que se desprende de sus cifras y previsiones. Es por ello que ya están tomando medidas para reducir los costes y aumentar la rentabilidad.

GM ha anunciado 74.000 despidos que se llevarán a cabo de manera incentivada entre los empleados que trabajan por horas y fija su interés sobre los mercados emergentes ya que, pese a las pérdidas registradas el pasado ejercicio General Motors ha logrado unas ventas récords de 178.000 millones en 2007, 7.000 millones más que el año anterior, gracias sobre todo al crecimiento de los mercados emergentes y al tipo de cambio favorable.

General Motors vendió más de 9,3 millones de vehículos en el 2007 y fueron los mercados de países emergentes como China, Brasil o Rusia los que mantuvieron al fabricante a flote. A pesar de los pésimos resultados de General Motors el año pasado en Estados Unidos, su principal mercado, las ventas globales del fabricante aumentaron un 3% con respecto al 2006 lo que le mantiene en la lucha con Toyota por el primer puesto mundial.

GM vendió el año pasado 9.369.524 automóviles. A principios de año, Toyota cifró sus ventas totales en torno a los 9,37 millones de vehículos pero sin ofrecer las detalladas cifras del fabricante estadounidense. General Motors tiene que agradecer a sus ventas fuera de Estados Unidos la posibilidad de mantener la 'carrera ajustada' que mantiene con Toyota.

Ford también sigue centrada en recuperar fuelle. El tercer fabricante del mundo de automóviles reducirá la actividad productiva en tres plantas de EEUU, lo que conllevará la supresión de 2.500 puestos de trabajo.

El presidente del tercer fabricante mundial de automóviles, Mark Fields, afirma que la empresa sigue centrada en su plan para recuperar la rentabilidad en el mercado estadounidense en 2009.

Y las europeas...

Las compañías estadounidenses no son las únicas que tienen que llevar a cabo un giro en su estrategia empresarial para aliviar la situación. BMW anunció a finales del mes de febrero que estudia reducir 8.100 puestos de trabajo en todo el mundo, de los cuales 5.000 son trabajadores con contratos temporales en Alemania.

La compañía pretende reducir unos costes de 6.000 millones de euros hasta 2012 y aumentar su rentabilidad. Además, de los 5.000 contratos temporales en Alemania, BMW estudia recortar otros 2.500 puestos de trabajo del personal fijo en el país, así como otros 600 en el extranjero.

Seat también intenta abrirse nuevos caminos. La marca española de Volkswagen estudia fabricar algunos modelos en China y Latinoamérica según anunció el presidente Erich Schmitt, presidente de Seat, en el Salón del Automóvil de Ginebra.

Disponível em: <<http://www.expansion.com>> Acesso em: 7/3/2008.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.