

¿Caso similar a Nokia?: cómo se hundan las marcas automovilísticas más importantes de Alemania

“Lo más nuevo de lo más nuevo se está produciendo ahora en China”, afirmó un experto.

Los gigantes automotrices europeos se están quedando rezagados y no tienen la posibilidad de resistir la competencia de sus rivales chinos. Las marcas alemanas BMW, Mercedes-Benz y Volkswagen ya se han perdido dos importantes tendencias mundiales centradas en la producción de baterías para coches eléctricos y el desarrollo de ‘software’, cediendo así el primer puesto en la industria automovilística que durante mucho tiempo ostentaban.

“Lo más nuevo de lo más nuevo se está produciendo ahora en China”, afirmó Achim Kampker, experto en automoción de la Universidad RWTH Aachen de Aquisgrán. “No podemos hablar de la semana [laboral] de cuatro días, mientras que en otros países se trabaja seis días”, indicó el especialista.



Kampker también se pronunció de los recortes masivos que está sufriendo el sector automovilístico alemán, señalando que la medida podría considerarse “más un invierno purificador que una tormenta purificadora”. “Deberíamos vestirnos abrigados en los años venideros”, dijo.

En cuanto al terreno que están ganando las compañías chinas en el mercado, el experto destacó que “se han convertido en serios competidores con experiencia viable”, y gracias a sus esfuerzos “ahora están a la cabeza en áreas como el diseño o el ‘software’”, especialmente en China.

“Saben lo que está de moda. En este sentido, ahora deberíamos dejar de lado cualquier arrogancia y pensar seriamente en cómo podemos sobrevivir en esta competencia. En China ha surgido una gran industria automovilística. Pero fue preparado estratégicamente durante muchos años y no cayó del cielo”, afirmó.

El caso Nokia

En este contexto, Kamper recordó que actualmente las ferias automovilísticas más importantes se celebran en el gigante

asiático. “En este sentido, es correcto ir allí y ver lo que está sucediendo allí y aprender lecciones de ello”, remarcó. En sus declaraciones, el especialista puso de ejemplo a Nokia, que desapareció como marca de teléfonos móviles.

“En el mercado de la telefonía móvil, desde hace mucho tiempo se centran en la función del teléfono y la mejoran continuamente. Esto funcionó, pero de repente se necesitaban cosas completamente diferentes con el teléfono inteligente, en el que Nokia no tenía ninguna competencia central. Estamos viendo algo similar ahora. Seguimos en la cima de la construcción de coches clásicos, en cuanto a carrocerías y elementos. En China, Daimler y BMW ya no se perciben como modernos o de moda, sino como anticuados”, concluyó.

Fuente: rt.