

## Caso Volkswagen: nunca nada volverá a ser igual

**El escándalo de Volkswagen relativo al fraude en la medida de las emisiones de gases de vehículos diesel vendidos en Estados Unidos ha destapado uno de los casos más graves que ha afectado a la industria del automóvil en muchos años y que, de momento, ya se ha cobrado la dimisión del presidente de la compañía.**



El caso afecta también al regulador, que hace tiempo que sabe que la información que llega al usuario no es veraz.

Una primera dimensión del caso —la más inmediata— se refiere al engaño deliberado por parte de VW, reconocido por la marca misma. Es obvio que de este comportamiento ilegal se deberán derivar consecuencias. De hecho, VW ya ha visto como su cotización caía de forma estrepitosa, descontando así por adelantado los costes que el caso le puede representar. El caso tendrá, de rebote, consecuencias de reputación para todo el sector, aunque están por evaluar y dependerán mucho de en qué situación quedan los otros fabricantes.

Pero más allá del fraude, el caso ha puesto sobre la mesa una cuestión de fondo que habían venido denunciando desde hace mucho tiempo los clubes automovilísticos: que las emisiones reales y el consumo de combustible de gran parte de vehículos están muy por encima los valores que dan cuando son sometidos a las pruebas de

homologación en laboratorio y que son los que los fabricantes especifican en sus catálogos de venta.

Estamos ante un caso que no sólo afecta a los Estados Unidos, sino también, y muy particularmente, a Europa. Afecta además, todas las marcas, ya que, lógicamente, todas tratan de optimizar los resultados de sus vehículos cuando pasan las pruebas de homologación de emisiones de gases y de consumo de combustible. Y afecta también, de forma muy particular, el regulador que desde hace tiempo sabe que los procedimientos de homologación medioambiental de los vehículos actualmente vigentes tienen carencias muy importantes y que la información que finalmente llega al usuario no es veraz.

Estamos, en definitiva, al principio de un caso que tendrá repercusiones de todo tipo: sobre la regulación y el control de las emisiones reales de los vehículos, sobre el impacto medioambiental y en la salud pública de estas emisiones y su necesaria reducción, sobre los derechos de los consumidores y su protección, sobre la estructura del sector automovilístico. Nunca nada volverá a ser igual.

Si la cuestión es abordada de forma constructiva y con voluntad de progresar, puede ser una oportunidad magnífica para ir hacia una movilidad aún más sostenible

Las implicaciones potenciales de este caso son tan importantes que ahora mismo es todavía demasiado temprano para entenderlas todas en su justa magnitud. A corto plazo, el objetivo debe ser conocer la verdad y ver cómo remediar los problemas más inmediatos que ya están surgiendo. En ningún caso se pueden derivar consecuencias negativas para el consumidor, que ve con sorpresa y con un cierto sentimiento de indefensión lo que está pasando. Así pues, es esencial que exista una total transparencia y que se actúe con rapidez para encontrar las soluciones necesarias.

Es evidente, también, que a medio plazo se derivarán consecuencias más generales sobre la movilidad. Si la cuestión es abordada de forma constructiva y con voluntad de progresar, puede ser una oportunidad magnífica para ir hacia una movilidad aún más sostenible. Para que esto sea posible, es necesario que las autoridades públicas (europeas y estatales) se "pongan las pilas" y mejoren los actuales sistemas de homologación, asegurando que en el ciclo de pruebas se miden las emisiones reales

de los vehículos y estableciendo unos límites máximos ambiciosos. Y es necesario que lo hagan con diligencia.

Es necesario también que los fabricantes cambien de actitud y entiendan que —sobre todo a raíz de lo que ha pasado— los niveles de exigencia medioambiental de las autoridades y de los consumidores aumentarán. No vale arrastrar los pies. Al contrario, como ha ocurrido en temas de seguridad, es probable que las marcas que antes entiendan este cambio de paradigma y más reduzcan los niveles de emisiones de sus vehículos, sean más apreciadas por los usuarios y mejores resultados obtengan en el mercado.

Pero para que esto sea posible es imprescindible, insistimos, que los consumidores dispongan de una información clara y veraz, que les sirva de base en su decisión de compra.