

13 DE MARZO DE 2007

AUTOMÓVILES

¿POR QUÉ LOS HÍBRIDOS SON TAN DIFÍCILES DE VENDER?

No han cruzado hacia el lado masivo

POR DAVID WELCH

Dado todo el ruido sobre los automóviles híbridos, sin mencionar que los ciudadanos son cada vez más ecológicos, se pensaría que serían fáciles de vender. Pero no es así. Después de crecer considerablemente en 2006, las ventas de los vehículos híbridos han comenzado a desacelerarse este año. Los vehículos a gasolina y electricidad corresponden ahora a 1,8% de todas las ventas de vehículos, dice Edmund.com, por debajo del máximo de 2,1% en octubre.

Una de las principales razones es que los autos híbridos típicamente cuestan US\$ 3.000 más que los convencionales. Como resultado, los fabricantes de autos en las últimas semanas han estado rebajando los precios drásticamente. Hace menos de un año, los distribuidores de Toyota obtenían el precio total por el Prius. Ahora se puede conseguir inmediatamente un leasing por escasos US\$ 219 al mes. Ford Motor Co. está también reduciendo el precio de la última versión de su híbrido Escape. De hecho, en febrero los fabricantes de automóviles gastaron un promedio de US\$ 1.500 en incentivos para híbridos, dice Edmundo—triple de lo que ellos gastaron en enero.

Los descuentos ayudaron a firmas como Toyota Motor Corp y Ford a registrar ventas decentes en febrero, pero, como las tres grandes lo saben demasiado bien, entregar incentivos no es una forma para obtener ganancias decentes. Empeorando aún más las cosas, a medida que las ventas de híbridos comienzan a disminuir, las automotrices están acelerando el lanzamiento de un montón de nuevos modelos. Al menos 30 híbridos llegarán al mercado en los próximos 20 meses. Eso aumentará el número a más de 40, por sobre los doce de hoy, dice la firma de investigación de Boston, Global Insight. "Ahora que los fabricantes de automóviles ya han captado a los compradores más entusiastas, van a ir detrás del mercado masivo", dice Jesse Toprak, un analista de Edmunds. "Para los consumidores, la respuesta es a menudo no".

REDUCIENDO

HACE UNOS POCOS AÑOS, las automotrices decidieron poner la tecnología híbrida en los modelos regulares. La esperanza era moverse más allá de los fanáticos de la moda de los Prius y conquistar a todo el resto. Los híbridos serían otra opción, como, por decir, navegar. Si suficientes personas compraban los híbridos, los fabricantes de autos pensarían, que lograrían suficientes economías de escala para eliminar las grandes primas por sobre los modelos convencionales.

Eso no ha sucedido. Y algunos modelos han sufrido duramente. Honda Motor Co. vendió 70% menos Accord híbridos en 2006. Toyota ha vendido 24% menos utilitarios deportivos Lexus RX 400h en lo que va del año. Los ahorros de combustible sencillamente son muy bajos para contrarrestar la prima de los híbridos. Con el precio de la gasolina en US\$ 2,50 por galón, tomaría diez años para recuperar los US\$ 3.000 de costo extra del Accord híbrido.

Honda y Toyota están apostando a las dos opciones: extendiendo la tecnología a los modelos regulares, al tiempo que lanzan nuevos autos sólo híbridos que, como en el caso del Prius, otorgan un certificado instantáneo de sello ecológico. Lexus está considerando uno, y Honda planea uno subcompacto.

Hacer bajar los precios—pero no por descuentos—es una solución de largo plazo. Eso significa encontrar una forma para hacer los autos más baratos. Las baterías representan cerca de la mitad de los recargos de los híbridos. Pero las células iónicas de litio más baratas no aparecerán por muchos años. Reducir los costos aún más requiere lograr esas esquivas economías de escala, lo que significa fabricar y vender más híbridos. Esa es la estrategia de Toyota; que espera vender 160.000 Prius este año, por sobre de los 107.000 de 2006.

Lograr eso va a requerir de un marketing intensivo, especialmente ya que el gobierno comenzará a exigir este otoño (boreal) mediciones más precisas sobre la economía de combustibles. El Prius, que rinde 55 millas por galón, probablemente sería reducido a menos de 46 millas por galón. Toyota y Ford están planeando mayores campañas publicitarias. Y los descuentos para todos los híbridos están aquí para quedarse por un tiempo.

Si se mira detenidamente se podrá ver que las automotrices están cubriendo sus apuestas. Toyota está impulsando en diesel. Lo mismo hace Honda, que podría no construir un Accord híbrido. Nissan está esperando ver cómo le va a su híbrido Altima antes de poner la tecnología en otros autos. El director de planificación para Estados Unidos de Honda, Dan Bonawitz, probablemente habla en nombre de sus homólogos cuando dice: "No habrá un gran aumento de ventas de híbridos a menos que haya una crisis de petróleo".

Un caso complicado de vender

Los híbridos están perdiendo velocidad porque cuestan más que sus hermanos convencionales



NISSAN ALTIMA HÍBRIDO
+ US\$ 4.000



NISSAN ALTIMA HÍBRIDO
+ US\$ 4.000

HONDA ACCORD HÍBRIDO
+ US\$ 3.300

