

Nota de Actualidad Número 45 - Setiembre de 2008

El cambio disruptivo en la industria automotriz

Gabriel Foglia
Decano
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Palermo
gfogli@palermo.edu

El continuo aumento del precio del petróleo quizás logre lo que los consumidores todavía no pudieron: finalmente las automotrices americanas tomarán en serio la producción y comercialización de modelos pequeños con fuentes de energía alternativas.

Luego de reportar una pérdida para el segundo trimestre de 2008 de 15.500 millones de dólares (casi 5% del PBI estimado de Argentina para 2008), General Motors acaba de anunciar una serie de típicas medidas destinadas a calmar los mercados bursátiles: reducción de plantas y empleados, puesta en venta de la unidad de negocios Hummer, eliminación de beneficios de salud para empleados administrativos, etc. Los analistas no creen que el plan sea suficiente y la acción de la empresa lleva una caída del 73% en el último año.

Ford, mientras tanto, anunció una pérdida de 8.700 millones de dólares para el mismo período. La empresa ya se desprendió de Jaguar, Land Rover y Aston Martin, y también está avanzando agresivamente en un plan de reducción de plantas, empleados y costos.

La situación en la industria automotriz dista de ser la ideal. El alto precio del petróleo y la crisis sub-prime en Estados Unidos han afectado negativamente la venta de nuevos vehículos, en particular la de camionetas y vehículos de gran tamaño que son los que mayores márgenes de utilidad tienen. El aumento de las tasas de interés también juega en contra del sector y los préstamos con tasa de interés cero han desaparecido. Los dos jugadores del sector que más han sufrido las consecuencias son Ford y General Motors, que paradójicamente son las que tienen mayor trayectoria en la industria. En tiempos en los que las empresas petroleras generan cada vez mayores ganancias, las automotrices (que posibilitan el consumo de petróleo) son muy golpeadas.

Las ventas totales de automóviles y camionetas livianas para 2008 fueron estimadas por Scotiabank en 55 millones de unidades: Europa del Este, Asia y Sudamérica son los únicos mercados donde hay demanda creciente (juntos representan el 43% del mercado global). Estados Unidos, que es el mayor mercado mundial y casi 26% del mercado, presenta una caída para este año estimada en 11%.

De acuerdo con la consultora CSM, las ventas de las 3 grandes de Detroit (GM, Ford y Chrysler) han caído en 2.1 millones de unidades en los últimos 5 años sólo en el mercado norteamericano. Los fabricantes asiáticos han capturado 41.5% de ese mercado. Si bien el empeoramiento de las condiciones generales de la industria se ha

acelerado en los últimos años debido al alto precio del petróleo, el cartel que indicaba **"El futuro son los autos pequeños y ecológicos"** fue divisado hace varios cientos de kilómetros atrás.

La venta de autos híbridos (tecnología que combina la propulsión mediante un motor eléctrico y otro de combustión interna para lograr mayor eficiencia que los vehículos tradicionales) representa sólo el 2.2% del mercado automotriz norteamericano, pero crece a un ritmo del 38% mientras el mercado cae 3%.

El primer auto híbrido fue el Honda Insight, lanzado en 1997. El híbrido de mayor éxito es el Toyota Prius, que fue puesto a la venta en 2000 y tiene un 51% de share en el mercado híbrido. Tanto Ford como GM lanzaron modelos híbridos para sus camionetas pequeñas y grandes en 2003, pero no automóviles. GM acaba de anunciar que su primer modelo híbrido, el Volt, estará disponible recién en Noviembre de 2010.

La receta seguida por los grandes jugadores de la industria en tiempos complicados que consistía en reducir precios para liquidar stocks parece no tener éxito. El tiempo se acaba, y el único camino a seguir para lograr la supervivencia es el genuino foco en el cliente: nuevos modelos que atraigan a los clientes con diseños atractivos y tecnologías ecológicas.

El invento del automóvil, hace más de 100 años, produjo grandes cambios en nuestras sociedades, revolucionando la forma en que vivimos, trabajamos y nos comunicamos. El aumento del costo de energía, la polución, la congestión en las grandes ciudades y el cambio climático son, entre otros, los factores que producirán la segunda revolución en la forma en que los seres humanos nos movilizamos.

El actual movimiento hacia autos más pequeños con tecnologías que permiten reducir el consumo de combustible, tal como se vio en el caso de los híbridos, es sólo la punta del iceberg. La actual crisis de las automotrices americanas denota, más allá de la coyuntura económica, un cambio radical en los fundamentos de esta industria.

**Center for Business Research and Studies
Graduate School of Business
Universidad de Palermo**

Av. Madero 942, 8º piso
C1106ACV – Buenos Aires, Argentina
Tel. (5411) 5199-1399
www.palermo.edu/gsb

Director:

Daniel Seva
dseva@palermo.edu

Coordinador general de investigación:

Diego Gauna
dgauna@palermo.edu

Finanzas y economía:

Conrado Martínez

cmarti1@palermo.edu

Rubén Ramallo
rramal1@palermo.edu

Marketing:

Gabriel Krell
gkrell@palermo.edu

Management:

Patricio O' Gorman
pogorman@palermo.edu