

Piden fomentar mercado para eléctricos (Reforma 13/09/17)

Piden fomentar mercado para eléctricos (Reforma 13/09/17) Ulises Díaz / Enviado Frankfurt, Alemania (13 septiembre 2017).- El mercado de automóviles eléctricos requerirá estímulos de compañías y gobiernos para que crezca y se convenga a los clientes para transicionar a esta nueva tecnología, dijo Ian Robertson, miembro del consejo de BMW encargado de venta y posventa. Para incrementar la demanda de este tipo de automóviles son necesarios dos factores: la motivación económica y un margen legislativo que incentive el negocio, dijo durante la Feria Internacional del Automóvil de Frankfurt (IAA, por sus siglas en alemán). "El auto eléctrico es la revolución más grande en la industria desde que se inventó el motor de combustión. Hemos tenido 100 años para explorar cómo es que funciona este mercado y qué es lo que no, ahora tendremos que hacer lo mismo para el eléctrico pero con menos tiempo", explicó. Para que los clientes consideren que adquirir un auto de estos, que por el momento tienen un precio más elevado, es necesario que el Gobierno delinee un marco de operación eficiente, que vaya desde mejor infraestructura hasta suficientes estaciones de carga. La otra cuestión es que haya motivos económicos que permitan superar la barrera del costo, lo cual se logra mediante incentivos económicos y ventajas en impuestos. Ejemplo de cómo hacer funcionar mejor la tecnología es Noruega, donde las autoridades buscaron expresamente hacer un ambiente más amigable y para eso el Gobierno instaló más de 11 mil estaciones de carga y permite que en ciertos caminos tengan privilegios. Además, ahí hay un descuento de 15 mil dólares para vehículos eléctricos y sobre estos no se cobra IVA ni otro tipo de derechos. "A veces, la parte de los descuentos no va pensada respecto a lo que te van a dar sino lo que te vas a ahorrar, en algunos países estos no pagan derechos de tenencia. La verdad es que el dinero es un factor crucial", precisó. Una cosa adicional es el factor de patrón de consumo, donde cuando un cliente tiene algo de un tipo, los demás lo siguen. Robertson dijo que usualmente hay un gran contagio de boca a boca entre aquellos que tienen un eléctrico y los que están interesados en conseguirlo. Para complementar la venta de autos eléctricos, las compañías también tendrán que modificar sus esquemas de posventa. Si bien los eléctricos requieren menos servicios técnicos, porque no hay que cambiar fluidos y el desgaste es menor, sí hay algunas áreas donde se les podrá vender. "Pensamos que en algún momento se podrá actualizar el software que viene con el auto, para ampliarlo o mejorarlo, así como cambiar las baterías, que ahora se espera duren de 7 a 10 años ", puntualizó.