

Ford solo fabricará coches eléctricos para sus segmentos rentables

Los vehículos comerciales, las camionetas, los utilitarios deportivos y los coches de alto rendimiento son los segmentos donde Ford tiene una posición de liderazgo y de alta rentabilidad por la generación de grandes márgenes de beneficio. Estos son los segmentos donde Ford puede justificar una inversión sin entrar en pérdidas.

¿Qué es lo que tiene que hacer todo fabricante de vehículos? Conocer el margen de beneficio de cada coche para poder analizar su futuro e innovar.

Los coches eléctricos y los híbridos enchufables son muy costosos de fabricar: nuevos diseños, materiales, especificaciones, campañas de marketing, etc. Y es probable que no exista aún un fabricante de coches eléctricos cuyos modelos sean rentables para la compañía, lo que hace la marca es «quemar» dinero para poder quedarse con una parte del pastel de ventas de coches del futuro, a costa de los beneficios presentes o de la rentabilidad de la empresa.

Crear o no coches eléctricos cuando sus ventas rara vez representan el 1% de la cuota de mercado es una aventura que no todos están dispuestos a correr y Ford es una de ellas. No tiene un catálogo de coches eléctricos amplio ni tampoco de híbridos enchufables, pero sí que está trabajando en la movilidad 100% autónoma. ¿Por qué? Porque no es rentable. Pero podría cambiar.

Ford no va a construir un coche eléctrico para hacer anuncios de televisión

En el Día del Inversor de Ford, una presentación anual para los inversores donde los directivos hablan del futuro, estrategias, etc, su CEO, Mark Fields, adelantó una noticia sorprendente: Ford quiere ser un gran fabricante de coches eléctricos pero comenzará a hacerlo solo en aquellos segmentos que sean realmente rentables para la empresa y donde se pueda invertir sin perder dinero. Y esto apunta a cuatro segmentos: coches utilitarios deportivos, comerciales, deportivos y camionetas, los cuatro segmentos donde Ford es más rentable y quizá donde pueda tener sentido esta aventura.

Raj Nair es el Jefe de Producto de Ford y también dejó muy claro esto: los vehículos comerciales, las camionetas, los utilitarios deportivos y los coches de alto rendimiento son los segmentos donde Ford tiene una posición de liderazgo y de alta rentabilidad por la generación de grandes márgenes de beneficio. Y estos son los segmentos donde Ford puede justificar una inversión sin entrar en pérdidas porque además son los sectores donde los clientes de Ford están dispuestos a pagar por las innovaciones de la compañía.

Y esto es un cambio de mentalidad importante. No van a hacer un coche eléctrico solo para satisfacer los requisitos reglamentarios, Ford creará coches eléctricos pero solo donde sea realmente rentable y posteriormente, con la reducción de costes, llegarán a los segmentos menos rentables. Es una lógica empresarial muy sencilla pero que es posible que algunos fabricantes la hayan obviado para posicionarse entre los clientes como los primeros, y tratar de usar ese argumento para vender más

coches eléctricos en el futuro, a costa de los beneficios o incluso la rentabilidad actual.

El coche eléctrico debe ser rentable desde el inicio de su comercialización

¿Un cliente que se va a gastar menos de 20.000€ en un coche valoraría duplicar esa cantidad porque sea totalmente eléctrico? En Ford piensan que no (y el mercado así lo demuestra), que eso solo lo hará un cliente que valore esa innovación. Un Ford Mustang V8 con un motor eléctrico asociado puede ser muy valorado por sus clientes, una gran aceleración y además un consumo muy reducido sin perder un ápice de prestaciones. O una camioneta que tiene un consumo muy elevado y además mucho espacio sería el segmento perfecto para un modelo híbrido con tracción integral. Misma lógica, diferente segmento.

Ford acabará teniendo toda una gama de vehículos eléctricos, y así lo ha dicho una y otra vez, pero no van a entrar como un elefante a una cacharrería, solo para hacer ruido y generar pérdidas, entrarán con cabeza, donde son más rentables, para que en caso de no triunfar, no lleve a la compañía a un desastre, ya que su futuro es ser una empresa de movilidad, de servicios y de coches autónomos.

La noticia "El margen de beneficio, la condición de Ford para crear coches eléctricos" fue publicada originalmente en Hipertextual.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [Ecología](#) [Premios](#) [Industria](#) [Automotriz](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>