

EL VEHÍCULO ELÉCTRICO SIGUE TENIENDO FUTURO EN EUSKADI

Posted on 18/05/2013 by Naider



Post elaborado conjuntamente con Iñaki Barredo

¿Tiene futuro en el coche eléctrico en Euskadi?

La semana pasada aparecía una noticia en el Correo con el siguiente titular "[El boom del coche eléctrico en Euskadi se desmorona](#)", haciendo referencia a los problemas de financiación de Hiriko, la falta de demanda de la furgoneta eléctrica de Mercedes y la entrada en letargo de la red de "electrolineras". Sin duda, el titular periodístico da paso a importantes interrogantes y abre un importante debate energético-industrial en el País Vasco al que queremos sumarnos desde Naider.

¿Significan los últimos datos que el recorrido del coche eléctrico está agotado y que se debería abandonar su impulso? Definitivamente no, pero esto no implica que no sea necesario cambiar las políticas puestas en marcha

Como se pone de manifiesto en un reciente [estudio](#) de Universidad de Duisburg-Essen para la Comisión Europea, el coche eléctrico a pesar de los duros avatares de mercado por los que está pasando en la actualidad (40.000 vehículos matriculados en todo el mundo y 11.563 en Europa en 2011), ha llegado para quedarse de manera definitiva. Los expertos mundiales del sector de la automoción, estiman que los costes de producción de los vehículos eléctricos se reducirán en un 50% para el 2020 y en un 70% para el 2030, equiparándose y compitiendo en términos de igualdad con los vehículos convencionales. Todo ello debido fundamentalmente a economías de escala relacionadas con el progresivo incremento de demanda (ver gráfico).

Asimismo, la magnitud de la apuesta del conjunto de la industria por la electromovilidad queda patente en las estrategias de todos los grandes fabricantes de automóviles que están invirtiendo de un modo muy importante en nuevos modelos de vehículos eléctricos, bien sea integrando los sistemas eléctricos en los modelos tradicionales o desarrollando modelos eléctricos específicos (Zoe de Renault, C-zero de Citroen, e-up de Wolswagen, e-tron de Audi o los modelos i3 e i8 de BMW). Todos apuestan por la revolución del vehículo eléctrico y están desplegando diferentes estrategias para posicionarse en este nuevo mercado

Y ¿qué implica esto para Euskadi?

Las implicaciones son muy claras: el vehículo eléctrico abre posibilidades de negocio a medio, largo plazo para el dinámico y competitivo cluster de automoción vasco (más de 300 empresas y 35.000 empleos), que engloba la práctica totalidad de la cadena de valor de la producción de vehículos automóviles. Ante el paradigma de la electrificación del transporte, los sistemas de almacenamiento, los motores eléctricos, la electrónica de potencia, el desarrollo de nuevos materiales (ligeros) adaptados al vehículo eléctrico o los servicios que la electromovilidad lleva aparejada, se erigen como líneas naturales de especialización inteligente para las que Euskadi cuenta con ventajas competitivas diferenciales, sumando a su potencial empresarial sus notables capacidades científico-tecnológicas en estos ámbitos. Según estimaciones de la Universidad de Duisburg-Essen, en la actualidad el 70% del valor añadido de la producción de vehículos en Europa se encuentra en la cadena de proveedores y este porcentaje crecerá hasta un 79% con el vehículo eléctrico..

Y ¿qué políticas son las más adecuadas para posicionarse en el vehículo eléctrico?

Desde nuestro punto de vista, la clave está en la innovación y en que la industria vasca, en un gran esfuerzo colaborativo en el que tienen cabida no sólo el cluster de automoción, sino los de la

electrónica, la máquina herramienta, o la energía, entre otros, afronte el reto que supone el desarrollo de nuevos productos y servicios en los campos de aplicación que brindan los renovados modelos de movilidad basados en el vehículo eléctrico.

Y para ello se precisa, sin duda, un gran cambio de timón en las políticas europeas y también del País Vasco, para la promoción del vehículo eléctrico. A nuestro juicio, éstas han puesto un peso excesivo en subvencionar directamente la demanda final de vehículos en un esfuerzo contra natura que ha resultado altamente decepcionante a la vista de lo conseguido y es financieramente insostenible por parte de las arcas públicas.

En el caso del País Vasco la política de promoción del vehículo eléctrico, tiene que marcar claramente su apuesta y establecer su primera prioridad en la innovación empresarial que puede ser complementada con iniciativas energéticas de sensibilización, de promoción del vehículo eléctrico con beneficios no monetarios (posibilidad de uso de carriles bus, ventajas en el aparcamiento y circulación en las ciudades, etc.), de compra pública y de apoyo para impulsar la utilización de vehículos eléctricos por parte de usuarios especializados "early adopters"-flotas de vehículos del sector público, flotas de distribución comercial, transporte público, taxis, vehículos de alquiler, car sharing, etc.- dejando las subvenciones indiscriminadas a la compra de vehículos eléctricos por parte de particulares y la implantación de "electrolineras" para cuando la tecnología esté más madura; en este sentido, el servicio postal francés, La Poste, ha liderado la compra de 50.000 vehículos eléctricos para un conglomerado de empresas que incluyen Air France, France Telecom Orange, etc.

El coche eléctrico es una carrera de fondo en la que hay que mantener un ritmo elevado, para estar en el grupo de cabeza y sobre todo no desmoronarse y abandonar al primer desfallecimiento, pues éstos no implican que no podamos llegar al pódium. Mercedes e Hiriko son dos empresas importantes, pero el vehículo eléctrico en Euskadi va mucho más allá y puede seguir siendo una gran oportunidad de País. Como hemos visto, el mercado sigue existiendo y tenemos las personas, empresas e instituciones que se necesitan para creer que podemos aprovecharlo.

Foto: [Adventures of Pam & Frank](#) vía Flickr

There are no comments yet.