



Por: Sergio Paz Murga

Akio Toyoda ofreció disculpas a sus consumidores por los problemas de Toyota.



En EE.UU. han sido retirados del mercado más de cuatro millones de coches.

Gigante automotriz retira ocho millones de autos del mercado mundial

Toyota sumida en su peor crisis

Problemas de fabricación mellan imagen de confiabilidad de la transnacional nipona.

→ “ Pido perdón, de forma sincera, por causar problemas a muchos de nuestros clientes durante las revisiones de nuestros modelos en muchas regiones. De todo corazón, lo sentimos”.

De esta forma y con la preocupación dibujada en su rostro, Akio Toyoda, presidente y jefe máximo de Toyota, se presentó ante los medios internacionales días atrás para hablar de la peor crisis en 70 años que vive la empresa automovilística japonesa.

Según periodistas en esa comparecencia en Nagoya, el ambiente era muy tenso entre los ejecutivos de Toyota, y en especial de Toyoda, quien estaba furioso al ver mancillado por el escándalo el apellido familiar. Una ofensa imperdonable en la cultura nipona.

“Hemos causado ansiedad y lo lamentamos” dijo Toyoda, nieto del fundador de

“ El retiro de tantos automóviles es perjudicial para cualquier fabricante de automóviles, pero más para Toyota que ha basado sus ventas en la durabilidad y confiabilidad de sus productos

”

la automotriz y que asumió su cargo en junio pasado. Meses que han sido insuficientes para conocer a profundidad la dinámica de una empresa que se convirtió hace apenas dos años en la más grande del mundo en su rubro.

Una posición de privilegio que fue obtenida por una preocupación constante a lo largo



El híbrido Prius ha tenido problemas en sus frenos.

“ En las últimas dos semanas las acciones de Toyota en las bolsa de Tokio se han desmoronado un 22%, más de US\$ 30,000 millones ”

de décadas para dar un producto que era reconocido por su fiabilidad. Y es que hablar de Toyota era –¿y es?– sinónimo de “calidad, tecnología, y buen desempeño”.

Los autos de Toyota nunca fueron populares por sus precios bajos, como lo son los chinos o indios. Pero tampoco eran tan caros como los americanos o europeos, como Ford o Mercedes Benz.

Los productos de la gigante nipona habían alcanzado el perfecto punto me-

dio entre calidad y precio y ello la llevó a ganar mercados tan difíciles como el estadounidense, que abandonó a la otrora poderosa GM –símbolo del capitalismo norteamericano–, sumida en el caos por la crisis económica.

Hoy esta reputación de perfección se ha visto golpeada por el anuncio de Toyota del retiro de más de ocho millones de vehículos en todo el mundo al descubrirse un fallo en el pedal del acelerador en ocho de sus más populares modelos y admitir problemas en los frenos del modelo híbrido Prius.

Entre los modelos afectados están tres de los más vendidos en el mercado estadounidense: el Camry, el Corolla y la Rav4 SUV, que en conjunto representa-

ron en el 2009 el 57% de las ventas de la marca en Estados Unidos. Cinco de sus plantas norteamericanas dejarán de producir dichas unidades.

Prius, por su parte, fue el automóvil más vendido en el 2009 en el Japón con más de 200,000 unidades y es la “estrella ecológica” y pilar de desarrollo actual de Toyota, que espera que para el 2020, el 30% de su producción total sea este modelo híbrido que utiliza gasolina y electricidad.

“ Toyota ha emprendido una carrera contrarreloj para salvar su imagen y evitar la debacle a través de una mega campaña de relaciones públicas ”

Las malas noticias han dejado pérdidas millonarias históricas en la automotriz japonesa que ha visto cómo en las últimas dos semanas sus acciones en las bolsa de Tokio se han desmoronado un 22%, más de US\$ 30,000 millones.

Un último informe reveló que las ventas de Toyota en enero se contrajeron 8.7% en EE.UU, lo que hizo que, por primera vez en 15 años, se vendieran menos de 100,000 unidades en el mercado norteamericano. Su cuota en el mercado es de 14.7%, el más bajo desde marzo del 2006.

Todavía no han salido los informes del impacto en Europa, pero los analistas son pesimistas al respecto y dudan que la empresa nipona pueda revertir los números rojos en corto plazo.



El Prius fue el auto más vendido en Japón en el 2009.



TOYOTA
Service



Responsables de Toyota reconocieron que, tras las primeras reclamaciones, identificaron el problema y en enero realizaron un cambio en el software que coordina el sistema ABS y los frenos para evitar un retraso en la respuesta del vehículo Prius.

Hiroyuki Yokoyama, uno de los jefes de división de Toyota, aseguró que el retraso solo se produce en terreno con baches o deslizante y que "no compromete la seguridad de los ocupantes".

Sin embargo, la Agencia Nacional para la Seguridad en la Carretera de EE.UU. (NHTSA, por su sigla en inglés) dijo que ha recibido 124 quejas de consumidores relacionadas con la pérdida temporal de frenada sobre carreteras irregula-

res y que en cuatro casos el problema pareció causar accidentes.

NHTSA dijo que está investigando alrededor de 37,000 Prius 2010 vendidos por Toyota en EE.UU.

¿DAÑO IRREPARABLE?

Por lo pronto, la tormenta parece estar lejos de menguar en la compañía japonesa y hay quienes creen que el daño a su credibilidad es irreparable.

"El retiro de tantos automóviles es perjudicial para cualquier fabricante de automóviles, pero más para Toyota que ha basado sus ventas en la durabilidad y confiabilidad de sus productos", señaló John Wolkonowicz, analista de IHS



Ford y GM esperan poder recuperar posiciones tras la crisis que atraviesa Toyota.

CARRERA CONTRARRELOJ

Por lo pronto, Toyoda ha emprendido una carrera contrarreloj para salvar su imagen y evitar la debacle a través de una mega campaña de relaciones públicas que incluye sendas disculpas a los consumidores de todos sus directivos por los desperfectos técnicos.

El más importante directivo es Toyoda, quien ha sido muy criticado por los medios nipones por no haber asumido su liderazgo ante los problemas de la compañía. "La cobardía no está en los genes de alguien que se digne llamarse japonés", dijo un columnista.

Toyota dio un paso adelante, pero sus palabras aún no logran calmar las críticas de millones de consumidores, sobre todo porque no ofreció medidas concretas para solucionar la crisis que vive la multinacional.

El empresario solo atinó a decir que se creará un Comité de Calidad que examinará las causas de las revisiones masivas de los modelos, que costarán US\$2,000 millones a la compañía.

Otros directivos, incluso, evitan hablar de "problemas mecánicos", sino de "problemas de software" contra el que ya se han tomado las medidas correctivas.



EE.UU. es el mercado más importante para la automotriz nipona.

Global Insight, una firma de análisis económico.

“Lo que está ocurriendo está desmoronando los cimientos históricos de Toyota, por lo que es muy difícil que recupere su reputación”, agregó.

Otros menos pesimistas, creen que la gigante nipona tiene la gran oportunidad de salir fortalecida de la crisis, pero todo depende de cómo enfrente el problema.

Lo principal, a corto plazo, sería retirar del mercado todo vehículo que presente fallas o que se sospeche que tenga problemas, y repararlos a cualquier costo, aun si eso supone un déficit para la empresa. Eso está poniéndose en marcha.

También será necesario que la compañía establezca un mejor y riguroso control de calidad a sus proveedores que se había flexibilizado en los últimos años para abaratar costos de producción y aumentar su productividad.

Un trabajo nada fácil y que puede durar años o décadas, como bien apuntó Duncan Bartlett, periodista económico de la cadena británica BBC.

Toyota puede mirar el antecedente reciente de la Ford que gastó cientos de millones de dólares entre 1998 y el 2002 para reparar daños y recuperar la confianza de los consumidores cuando sus camionetas Explorer tuvieron graves accidentes debido a unas defectuosas llantas Wilderness AT de Firestone.

La empresa también deberá poner en marcha una rigurosa investigación respecto a desde cuándo se han presentado problemas en sus automóviles. Hay denuncias que hablan de autos que presentaban problemas en el sistema informático que regula la aceleración y

frenado que fueron puestos en venta en EE.UU. en el 2002.

De comprobarse la información, Toyota se vería sumida en demandas colectivas de los consumidores que reclamarían miles de millones de dólares en compensación.

LIDERAZGO A PRUEBA

La compañía japonesa es todavía de largo la más grande automotriz del mundo y su reinado está garantizado, por lo menos, dos años más. Sin embargo, su liderazgo será puesto a prueba en un sector cada vez más competitivo.

Las automotrices norteamericanas como Ford y GM parecen estar dejando atrás la crisis económica y en el 2010, aumentarían sus ventas entre un 10% y 15%, solo en EE.UU., que es el mercado más importante de Toyota.

Mientras las también asiáticas Suzuki, Nissan y Hyundai ganan más peso en los mercados emergentes, lo que supone un fuerte golpe para la gigante nipona, que en menos de dos años ha pasado de vivir un sueño a experimentar la peor de las pesadillas.

“Saldremos victoriosos de esto”, dijo Akio Toyoda, quien sabe que debe car-

gar en sus espaldas el peso de un apellido, que nunca como hasta hoy estuvo tan denigrado, para el horror de sus honorables antepasados. ■

EL DATO:

Los vehículos afectados por la llamada a revisión de Toyota son RAV4 (2009-2010), Corolla (2009-2010), Matrix (2009-2010), Avalon (2005-2010), algunos Camry (2007-2010), Highlander (2010), Tundra (2007-2010) y Sequoia (2008-2010).

