

EN CHILE SE ESTA UTILIZANDO COMO UNA EFECTIVA HERRAMIENTA DE MARKETING

Segway, el invento que iba a revolucionar al mundo... pero que no lo hizo

■ Las altas expectativas que se tenían fueron rápidamente quedando en el camino. Su alto precio y algunas complicaciones técnicas le jugaron en contra.

En los últimos meses de 2001, en Internet se echó a correr un rumor que anunciaba un invento revolucionario. Nadie sabía qué era. Sólo se lo conocía como "it" ("eso" en español). Los foros de la web especularon con todo tipo de cosas y la prensa, poco a poco, hacía eco del rumor.

Finalmente se supo. El 3 de diciembre de ese año, el físico e inventor estadounidense, Dean Kamen, terminaba con el misterio presentando en Nueva York, con las cámaras de la cadena ABC incluidas, el "Segway Human Transporter", más conocido como Segway. ¿Qué es? "El primer transportador humano del mundo con equilibrio propio", según su propio inventor. En palabras más simples, una patineta eléctrica, pero con un complejo y revolucionario sistema de equilibrio.

No fue

Las expectativas sobre el Segway eran enormes. Según su creador, pondría en jaque a la industria automotriz. "Será al auto, lo que los autos fueron a los caballos", dijo Kamen a la revista Times. El propio Steve Jobs, el CEO de Apple, lo calificó como el "el invento más revolucionario después del PC". Mientras, el financista del proyecto, John Doerr, anticipó que las ventas llegarían a los US\$ 1.000 millones mucho antes que cualquier



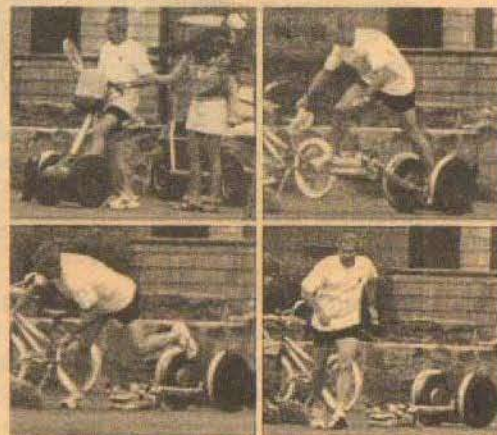
El inventor del Segway, Dean Kamen junto al Ceo de Amazon, Jeff Bezos en una de las presentaciones del aparato en pleno Manhattan.

Equilibrio inteligente

Lo verdaderamente revolucionario del invento es la forma cómo funciona. En su interior contiene una serie de giroscopios, sensores de inclinación, microprocesadores de alta velocidad y potentes motores eléctricos, que analizan unas 100 veces cada segundo la "voluntad" de inclinación del usuario. Para hacerlo avanzar, basta con inclinarse ligeramente hacia adelante y para retroceder, hacia atrás. Si se quiere parar, lo único que tiene que hacer es colocarse en posición vertical e inmediatamente se frena. El Segway no tiene frenos y su velocidad, movimiento y detención están controlados por el movimiento natural de quien lo conduce. Todo esto hace "casi" imposible caerse. Y decimos "casi" porque hay quienes tropiezan. ¿El más famoso de todos? El presidente George W. Bush, quien le envió uno de regalo a Junichiro Koizumi. El ex primer ministro japonés, no obstante, supo aprovechar al máximo las potencialidades del aparato.



Junichiro Koizumi llega al trabajo en el Segway que le regaló George W. Bush.



Malta publicidad. El presidente Bush se subió al aparato sin encenderlo.

otro producto y que su importancia sería igual a Internet.

Nada más lejos de eso. O al menos hasta ahora. Es que el elevado precio y costo de producción del aparato, sumado a algunas dificultades técnicas relacionadas con la recarga eléctrica, le han jugado en contra. A ello se suma un factor cultural importante porque

qué pasa cuando llueve, dónde se deja y qué pasa si se descarga.

Según la enciclopedia Wikipedia, la compañía había esperado vender 50.000 unidades en el primer año, pero después de 21 meses sólo se habían vendido 6.000.

Pese al revolucionario control del equilibrio que se desarrolló para este transportador, varios artículos periodísticos lo sindicaron como uno de los grandes fracasos tecnológicos de la historia.

Nueva vida

Con todo, el éxito del Segway se ha trasladado a otros ámbitos. De momento "it" se ha convertido en un vehículo ideal para patrullajes policiales en malls, playas, y para eventos deportivos (golf) y publicitarios.

En Chile, por ejemplo, es una herramienta de marketing cada vez más usada. De hecho, ya es posible encontrarlos en promociones en el Parque Arauco, por ejemplo.

Greg Bartom, socio de Comercial Auriga, el representante oficial de Segway en Chile, trae desde hace un año el famoso transportador y aunque declina hablar sobre cuántos transportadores ha vendido si asegura que el interés por el invento va creciendo. "Esperamos tener 150 unidades vendidas para el 2008", comenta el empresario.

Por el alto costo que representa (unos US\$ 6.000), el negocio hasta ahora descansa en un 80% en el arriendo, el que parte desde los US\$ 100 diarios. El empresario espera que en Chile se haga especialmente popular durante este verano para lo cual se dispuso el envío de unidades a balnearios como Pucón y La Serena.