

## Seat prevé alcanzar el «break even» a finales de este año

La marca española, propiedad del Grupo Volkswagen, prevé alcanzar el *break even* a finales de 2015, después de seis años de pérdidas, según han informado fuentes del sector a esta publicación. En 2014, el fabricante redujo los números

rojos en un 56%, tras finalizar el ejercicio con unas pérdidas de 65,7 millones de euros. Seat registró una facturación récord, el pasado curso, con una cifra de 7.496 millones de euros, lo que supuso un incremento anual del 15,8%. La clave

fue que los ingresos medios por vehículo pasaron de 12.640 euros a 13.090, como consecuencia de que se vendieron coches de mayor valor añadido, una de las bases que había fijado el presidente de la marca, Jürgen Stackmann, en 2013. *Página 4*

## Nissan Barcelona podría fabricar un pick up para Mercedes en 2017

La marca alemana lanzará un pick up y estudia fabricarlo sobre la base del Nissan Navara. En la fábrica de Barcelona, ya hay movimientos para estudiar qué supondría en costes adaptarse a los estándares de Mercedes *Página 8*



## General Motors reestructura su negocio en Rusia

El consorcio norteamericano ha decidido sacar del mercado ruso a su marca Opel y limitar la comercialización de vehículos Chevrolet a modelos emblemáticos. La volatilidad de este mercado, la escasa aceptación por parte de los consumidores y la debilidad del rublo han motivado estas decisiones, que se unen a la paralización de la actividad en la fábrica de San Petersburgo a mediados de este año. Todo tendrá un impacto de unos 545 millones de euros. *Página 19*

Mesa y Mantel RACE

## «Terminaremos el año por encima de los 100 millones de facturación»



Carmelo Sanz de Barros  
Presidente

El Real Automóvil Club de España (RACE) está atravesando uno de los momentos más optimistas de su reciente historia. Después de unos años de fuerte inestabilidad, la llegada de Carmelo Sanz de Barros a la presidencia del veterano club ha transformado la gestión, que ahora se «rige por conceptos de empresa». Este año esperan alcanzar los 100 millones de facturación, consiguiendo, así, la cifra más alta de su historia. *Páginas 12, 13 y 14*



Jorge F. Delgado  
Director general

Con 6.895,5 millones de euros prestados para este fin es el mejor dato desde 2008, según Asnef

## La financiación nueva de vehículos creció un 18,3%

Las entidades financieras prestaron 6.895 millones de euros para la compra de vehículos en 2014, lo que supuso un incremento de un 18,3% frente a 2013. Este dato, presentado por la Asociación

Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (Asnef), supone la mejor cifra desde 2008, cuando se dieron créditos por valor de 10.045 millones de euros. Entre las seis entidades que más dinero

facilitaron, cuatro eran financieras de marca, y la séptima fue Cetelem, que trabaja con varias empresas de automoción. Por otro lado, la morosidad bajó por segundo año consecutivo. *Página 9*

## Mesa redonda «Retos y soluciones en la posventa de los concesionarios»



OVERLAP

Tribuna de Automoción

El sector de la posventa oficial ha sido uno de los que más ha sufrido en estos últimos años de crisis económica. La Tribuna de Automoción y la consultora Overlap reunieron a los responsables de Posventa de Ford Iberia (Javier Pardeiro), Renault Iberia (Marco Barreiro) y VW-Audi España (Hernán Vázquez) en una mesa redonda en la que se debatieron problemas y soluciones del sector. El precio, la flexibilización y la calidad del servicio son las armas con las que las marcas están luchando por conseguir ganar clientes. Las redes transitan por el buen camino pero, como apuntaron los directores de Posventa, aún quedan muchos puntos por mejorar. *Páginas 10 y 11*

40,98%

## 112.792 automóviles vendidos en marzo, el mejor desde 2010

Páginas 23 a 30

## El PIVE 8 llegará a finales de abril o principios de mayo

Página 6

Sumario



### Actualidad:

Opel contratará a 1.400 jóvenes para rejuvenecer el 25% de su plantilla española *Página 6*

### Internacional:

Toyota ahorrará en sus fábricas y en el desarrollo de productos *Página 19*

### Concesionarios y talleres:

Seat estrena su nueva imagen corporativa en el concesionario Automoción Toledo *Página 21*

## Editorial

## En la dirección correcta

**M**arzo será recordado como el mes en el que, por primera vez desde junio de 2010, el mercado de turismos y todoterrenos superó la barrera de las 100.000 unidades, pero también como el momento en el que Seat anunció que el *break even*, es decir, el fin de las pérdidas, está cada vez más cerca.

El buen trabajo del equipo de Jürgen Stackmann; basado en tres pilares como son la venta de vehículos de mayor valor añadido, centrarse en el mercado europeo y la reducción de costes, ha dado frutos en 2014. En el pasado ejercicio se redujeron las pérdidas un 56%, situando los números rojos en 65,7 millones de euros, y para 2015, según fuentes del sector consultadas por esta publicación, esperan alcanzar el ansiado *break even*, tras seis años de pérdidas.

El optimismo de Seat no se apoya en castillos de artefacto. La marca española consiguió en 2014 su récord de facturación con 7.496 millones de euros, lo que supone un 16% más que en el pasado curso. La pujanza de Seat en mercados como el alemán, unido a que vendió más León que Ibiza ha hecho posible este cambio de paradigma.

Más buenas noticias para afrontar la Semana Santa: Nissan podría fabricar un pick up de Mercedes en su fábrica de Barcelona. Aunque la marca alemana y la japonesa todavía están en conversaciones, parece que ya se baraja incluso la fecha en la que comenzaría su fabricación y que sería 2017.

La principal traba que hay es que Mercedes pide unos estándares muy elevados y eso encarecería el proceso productivo. Fuentes de Nissan han recordado que entre la Alianza Renault-Nissan y Daimler, propietaria de Mercedes, hay un acuerdo de colaboración, aunque ni han confirmado ni desmentido la información. Sí que es seguro que Mercedes va a hacer un pick up en el que tienen muchas expectativas.

Mientras que la marca de la estrella se rejuvenece con la ampliación de su gama de productos, Opel ha decidido lanzar un programa para renovar el 25% de su plantilla en España. Entre 2015 y 2018, el fabricante alemán va a contratar a 1.400 empleados que relevarán a los trabajadores que han nacido entre el 54 y el 57. Buena decisión por dos motivos: el primero porque servirá para reducir el paro juvenil y el segundo, porque los trabajadores más veteranos se han ganado el descanso.

Y como no todo pueden ser alegrías, Competencia ha vuelto a descargar el mazo contra el sector de la automoción. Esta vez ha impuesto 3,2 millones de euros a 10 concesionarios de la marca Land Rover por, supuestamente, pactar precios. Y esto aún no ha acabado.



Edita: Editemo, S.L.  
Editor-director: Javier Menéndez

**Subdirector:** Ignacio Anasagasti  
**Redactora Jefe:** Inma García Ayuso  
**Redacción:** Alberto Cánovas, Pablo M. Ballesteros, Santiago Antón, Alberto Gutiérrez, Óscar Vilanova, Laura Menéndez.  
**Diseño:** Jesús Rica.  
**Colaboradores:** Ángel Alonso, Ignacio Alonso, Juan Ferrarí, Pedro Félix García, Christian Manz, Óscar Valladolid, Israel García, José Luis Cabañas (ilustraciones), Alejandro Aguilar (fotografía).  
**Publicidad:** Cristina Porras.  
**Redacción y Administración:** c/ Fundadores, 31. 28028 MADRID - Teléfono: 91 713 02 60 - Fax: 91 713 02 61  
**Dirección e-mail:** [redaccion@latribunadeautomocion.com](mailto:redaccion@latribunadeautomocion.com)  
[www.latribunadeautomocion.es](http://www.latribunadeautomocion.es)  
**Depósito legal:** M-14864/95

Prohibida la reproducción total o parcial de textos, dibujos, gráficos y fotografías, sin la previa autorización por escrito de la editorial.

## El comentario

## El dinero, en mi bolsillo

IGNACIO ALONSO

**E**n el universo industrial se prueba la resistencia de los materiales llevándolos al límite. Basta con acercarse a un centro de producción de automóviles para saber cuál es la vida útil de cualquier componente, o a una fábrica de materiales de construcción para conocer la resistencia de cada uno. Si en el mundo de las ideas se hiciera lo mismo, quizás pondríamos fin a interminables discusiones que son una pérdida de tiempo y de energía intelectual.

Un ejemplo. A menudo se oye decir que el dinero de los impuestos estaría mejor en los bolsillos de cada contribuyente. La formulación del argumento es sólida e impecable: nadie mejor que uno mismo para administrar su dinero. Cada ciudadano conoce sus necesidades y sabe mejor que nadie cómo satisfacerlas... si puede.

La cuestión, entonces, es imaginar con cuánto dinero estaría dispuesto cada ciudadano a contribuir en la construcción de las grandes obras públicas, pongamos una autovía o un pantano.

O qué cantidad destinaría a un aeropuerto una persona que tiene miedo al avión, que vive en un paraje apartado o que no le pete viajar porque se considera la más feliz del mundo atornillada a su domicilio.

O qué talón firmaría un acaudalado ciudadano para levantar un instituto público en un barrio marginal localizado a varios kilómetros de su zona residencial.

O cuál sería la contribución del ciudadano sano para levantar hospitales públicos, del joven recién incorporado al mercado laboral para construir residencias de la tercera edad o del enfermo crónico para instalaciones deportivas.

O a cuánto ascendería la aportación

para patrocinar una orquesta sinfónica o una obra de teatro con una puesta en escena vanguardista.

¿Dar dinero para I + D? ¿Y eso qué es?

Podemos engañarnos o hacernos trampas en el solitario, pero es impensable una sociedad moderna sin una mano, que no es invisible, que hurgue en los bolsillos de los ciudadanos y arranque dinero para destinarlo al abastecimiento de las cosas comunes. Discutiremos cuánto,



## Resulta incluso selvática aquella aseveración de que el dinero, todo, está mejor en el bolsillo de cada uno

del armador de un rincón marítimo del país para dotar de instalaciones portuarias al que ahora es un desvencijado puerto en una provincia próxima.

O cuántos ceros pondría en un cheque destinado a escuelas rurales el vecino del barrio más chic de la metrópoli.

Cuesta imaginar a un pudiente carrabias metiendo la mano en el bolso

cuándo, dónde y para qué. Es un debate abierto. Pero no es discutible el por qué. Está fuera de cacho, que dicen los taurinos, resulta incluso selvática aquella aseveración de que el dinero, todo, está mejor en el bolsillo de cada uno.

Apuntemos ahora el ejemplo contrario: todo el dinero en manos del Estado. Bueno, casi mejor dejarlo.

## La mejor foto

Nissan crea la mayor pintura ultravioleta



El fabricante japonés ha entrado en el libro *Guinness de los Record* creando la pintura que brilla en la oscuridad más grande de la historia. El prototipo elegido para brillar por la noche ha sido un Nissan Leaf, un vehículo cien por cien eléctrico del cual ya hay más de 150.000 unidades vendidas.

Este récord ha sido obra de Ian Cook, quien se ha ayudado de los neumáticos de este modelo eléctrico para extender la pintura luminiscente por la superficie de lienzo, de 207,68 metros cuadrados. Tras 61 horas de trabajo y más de 60 litros de pintura acrílica lumínica se ha conseguido un nuevo récord que supera al que hizo Saint Lucas de Eindhoven en 2014, que sólo cubrió 164,6 metros cuadrados.

## Nombramientos



Sébastien Guigues

□ **Director de Ventas de Seat España**

A partir del 1 de mayo, Guigues, francés de 37 años de edad, será el máximo responsable de Ventas de Seat. Con el título de posgrado Business School de la Universidad de Valencia, Guigues lleva desde 2004 en Seat.



José Miguel Aparicio

□ **Director de Skoda en España**

A sus 41 años, Aparicio, ingeniero industrial y máster en ADE por el IESE, será el máximo responsable de Skoda en España en sustitución de Iñaki Nieto. Hasta la fecha era director de Ventas de Seat en España, cargo que ostenta desde 2004.



Diana Morato

□ **Directora General de Avancar en España**

Licenciada en Derecho y Relaciones Internacionales en Icade y máster MBA por IE Business School, Morato ha sido responsable de empresas como LEK Consulting, Indra o Fon. Ahora liderará la gestión y expansión de Avancar en España.

## En segunda

JOSÉ LUIS CABANAS



## El camarote

### Averías más frecuentes

ARTURO DE ANDRÉS

**H**e recibido un informe relativo a las 10 averías más frecuentes que deben solucionar los talleres; en realidad, y a la vista de su contenido, la redacción del titular (que he reproducido literalmente) no es correcta, ya que más bien debería decir elementos, averiados o desgastados, que se sustituyen con más frecuencia. Pero poner averías parece que engancha más, aunque sea menos exacto; ya que entre los 10 casos señalados, se entremezclan las sustituciones normales debidas a la utilización, y

pese a sufrir la dolencia de estar «tuertos», sea en el frontal o en la zaga.

De modo que las 10 averías ya han quedado reducidas a cinco, de las cuales tres son específicas de los turbodiesel, una es común para gasolina y diésel, y la última, específica de los motores de gasolina. Esta última se circunscribe a las bobinas de encendido, que en la actualidad son una por cilindro, y en teoría deberían ser eternas, o casi; pero resulta que no lo son tanto. Y el otro componente que parece averiarse con cierta mayor frecuencia



**Las 10 averías ya han quedado reducidas a cinco, de las cuales tres son específicas de los turbodiesel, una es común para gasolina y diésel...**

lo que comúnmente entendemos como avería.

Así pues, dejaremos de lado los neumáticos, los filtros (aire, aceite y combustible) y el embrague (supongo que se refiere a la sustitución del disco), que son acciones de mantenimiento que deben realizarse como consecuencia del kilometraje cubierto. Incluso la correa de distribución podría entrar aquí, salvo cuando sea preciso cambiarla (y quizás la culata, si ha habido mala suerte) por haberse roto antes de llegar al kilometraje con el que se recomienda sustituirla. Pero puesto que el informe no entra en tales profundidades, nos queda la duda.

En cuanto a la sustitución de faros y pilotos (el informe no indica lámparas, sino que se refiere al conjunto), parece ser consecuencia mucho más de los pequeños o no tan pequeños golpes de siniestralidad en tráfico urbano que al hecho de que tales elementos (totalmente pasivos, al margen de la propia lámpara) hayan fallado. Y respecto a las lámparas, es evidente que se cambian mucho menos de lo que sería preciso, a juzgar por el alto porcentaje de vehículos que siguen circulando impunemente por nuestras vías

que lo indicado en su kilometraje de reposición (lo cual no significa que todo el mundo lo cambie) es el catalizador, que según los talleres, sufre especialmente cuando se realizan frecuentes trayectos cortos, sin darle tiempo al motor a alcanzar su temperatura.

Y llegamos a las otras tres, específicas del turbodiesel: la válvula EGR de recirculación de gases, los propios inyectores, e incluso el turbo. Todos ellos, perjudicados por los depósitos de partículas (antes llamados carbonilla) generados en la combustión. Y si en el capítulo de «filtros» se hubiese incluido el de partículas, es posible que las específicas del turbodiesel subiesen a cuatro, entre las 10 más frecuentes. Y es que la norma anticontaminación, muy específica para los primeros minutos del arranque en frío, obliga a montar unos componentes muy delicados, especialmente sensibles en los momentos en los que deben trabajar más, que son esos minutos iniciales. El turbodiesel moderno contamina poquísimo, a condición de estar perfectamente mantenido y a punto; lo cual, por desgracia, no es demasiado frecuente.

## Arrieros somos

### Credenciales impecables

ÁNGEL ALONSO

**E**l automóvil, y su complejo mundo, atraviesan uno de esos momentos dulces que se atiene a un guión casi exacto del pasaje bíblico de las vacas flacas y las vacas gordas. Como quien dice, ayer mismo, lidiaba con los ruminantes famélicos; hoy, la interpretación del sector, no tiene más lectura que la que se presta a una adecuada terapia de medicalización en el engorde de los bovinos.

La pista a este recurso metafórico la ha dejado el ambiente respirado en el reciente Salón del Automóvil de Ginebra, un escenario europeo, pero de contenidos automovilísticos globales, donde el producto expuesto y las declaraciones de los principales directivos eran signo inequívoco de que el optimismo se ha apoderado del estado de ánimo de esta industria. Bienvenida sea esa sonrisa ansiosamente esperada, tras el lustro de penalidades dejado atrás.

Una buena parte de ese cambio de talante venía reforzado por el periodo trimestral inaugural del nuevo año, en el que los grandes fabricantes han presentado notables resultados al alza en la mayoría de las magnitudes que conforman las cuentas del último ejercicio completo. En un repaso rápido, consorcio por consorcio, nadie se ha desmarcado de una especie de coser y cantar en esa línea; y, marca por marca, ha habido alguna que otra decepción, pero la mayoría salda sus deberes con números negros en las confrontaciones entre ingresos y gastos. Por si no bastara, muchas de las firmas con el tinte rojo en sus dígitos, han podido aducir conceptos extraordinarios en sus marcos comparativos, que no desvirtúan la bonanza del ejercicio ni tampoco apuestas bastante seguras de futuro a corto y medio plazo.

Pero en la generalidad de un ambiente, siempre hay una individualidad

una proporción que más que dobla a las recomendaciones más halagüeñas de la Comisión Europea a las empresas del entorno en este apartado.

Vista la dimensión de una inversión como ésta, generadora y multiplicadora, por sí misma, de la gran riqueza que implica el valor añadido del producto, a nadie puede extrañar la concatenación de resultados, encabezados por una facturación de 202.000 millones de euros, cifra que evoluciona desde los 109.000 millones en 2007, es decir en la travesía de lo peor de la crisis, el consorcio de Wolfsburg anota un alza acumulada del 86%. Y si de patrimonio se sigue tratando, ahí queda esa fuerza laboral de 592.586 empleados censados al cierre del último año.

A la sombra de semejante gasto, tampoco puede resultar extraño el liderazgo tecnológico del Grupo expandido con eficiente regularidad a su docena de marcas y a la operatividad de las 118 plantas de producción que tiene repartidas por todo el mundo. La tormenta de ideas generada por esa rúbrica de I+D coloca hoy a Volkswagen, Audi, Seat, Skoda, por citar las cuatro referencias más populares, a la cabeza de innovaciones en campos con retos tan atrayentes como los ahorros en los consumos de las mecánicas convencionales, la movilidad limpia, la conectividad y los elementos de seguridad activa y pasiva, entre otros.

El rigor en el cumplimiento de plazos avala la seriedad de cualquier empresa. Este grupo se fijó el objetivo de alcanzar los 10 millones de unidades fabricadas en 2018. Ha cerrado 2014 con 10,1 millones: le han sobrado cuatro años, el periodo entre unos Juegos Olímpicos, por si sirve para enmarcar el logro. Punto de partida son los 6,2 millones de vehículos que certificó en 2007. El crecimiento es de un 64 % en el plazo de



## El perfil

### Didier Leroy, vicepresidente ejecutivo de Toyota

**L**as empresas asiáticas cada vez abren más sus cerradas cúpulas directivas a los ejecutivos extranjeros. Si en 2013, por ejemplo, asistimos al ascenso de Peter Schreyer a la presidencia de Hyundai-Kia, desde abril se ha hecho efectivo otro nombramiento que ha roto barreras, en este caso en Toyota. El hasta ahora presidente y consejero delegado de Toyota Europa ha sido elegido el primer vicepresidente ejecutivo japonés de la matriz. Además de este puesto, el directivo francés, nacido en diciembre de 1957, ha pasado a responsabilizarse de la división número 1 del constructor nipón, que engloba los departamentos de I+D, producción, planificación y diseño de productos, ventas y competición en Norteamérica, Europa y África. A todo ello habrá que sumarle, tras la pertinente aprobación de la Junta General de Accionistas de junio, su cargo como miembro en el Consejo de Dirección.

Leroy, con formación en Ingeniería y Gestión Empresarial, ha sido relevante de sus responsabilidades en el Vie-

jo Continente por Johan van Zyl, que era CEO de África y presidente y CEO de Sudáfrica.

Su carrera profesional en la industria del automóvil comenzó en 1982 en Renault, donde permaneció 16 años en diferentes puestos de producción. Su paso a Toyota se produjo en 1998, al ser nombrado vicepresidente de Producción de la filial francesa. El ascenso a la matriz europea llegó en 2007, cuando asumió el cargo de vicepresidente ejecutivo. Antes de ser elegido presidente y consejero delegado en abril de 2011, asumió hasta tres responsabilidades diferentes, entre ellas la de representante de la división europea en un Comité de Calidad Global creado a raíz de las masivas llamadas a revisión por el problema de aceleración.

Leroy está casado y tiene dos hijos. En su tiempo libre, le gusta jugar al fútbol, correr, practicar esquí y canoa y hacer test de conducción.



### Bienvenida sea esa sonrisa ansiosamente esperada, tras el lustro de penalidades dejado atrás

destacada. La lectura de la cuenta de resultados del año pasado del Grupo Volkswagen es contundencia en estado puro. Es la reputación sin matices de una formidable gestión, no sólo en la faceta de la tesorería, sino en la de la producción. Ambas líneas de negocio, la financiera y la productiva, han confluído en una poderosa amalgama de registros récord que abortan cualquier atisbo de crítica, pese a que algún que otro verso suelto, muy cercano y querido, en este remedo de panegírico, pueda inducir a ello.

La mirada a la inmensa mayoría de las cifras del grupo alemán y sus 12 marcas asociadas, solo pueden generar admiración y envidia sana. De esa cadena triunfal, personalmente, me quedo con los 11.500 millones de euros dedicados al capítulo de I+D. Por hacerse una idea de la magnitud, levemente superior al beneficio neto anual (11.068 millones), sin obviar que representa un margen del 5,7 % de la facturación,

siete años malos para casi todos.

Un consorcio automovilístico europeo tiene hoy abierta la puerta del liderazgo mundial en el mercado automovilístico. Ello no hubiera sido posible sin el afán de conquista de esos países emergentes abiertos en flor por la hipnosis que ejerce el coche, y su amplio arco de movilidad, en naciescentes clases medias, pese a que a algunos países, referentes de siglas orientativas, les empiece a faltar el aire. No obstante, hay una primera piedra del edificio, de índole doméstica, imposible de soslayar, y que no es otra que ese liderazgo abrumador en campo propio. Bien puede ser la constatación de que Europa está capacitada para presentar credenciales impecables en el concierto global de la industria automovilística. Qué quizás se la haya dado por muerta antes de tiempo. Las cuentas del Grupo Volkswagen, ya de muy seguido y con cuerda para otro rato, son rotundamente incontestables.

La marca registró una facturación récord, con 7.496 millones de euros, un 15,8% más; aumentando en 450 euros los ingresos por coche vendido

# Seat reduce sus pérdidas un 56% en 2014 y prevé acabar en «break even» este año

IGNACIO ANASAGASTI / BARCELONA

Seat ha entrado en la fase final para recuperar la rentabilidad. Después de que en 2013 se sentaran las bases de la nueva estrategia en busca de los beneficios, consistente en potenciar las ventas de vehículos de mayor valor añadido como el León, en mejorar el rendimiento de la red de distribución en Europa y en aquilatar la estructura de costes, la marca ya registra los primeros síntomas positivos en su cuenta de resultados. En 2014, finalizó el ejercicio con unas pérdidas netas de 65,7 millones de euros, lo que supuso una mejora de un 56% respecto a 2013.

En opinión del presidente del Comité Ejecutivo de Seat, Jürgen Stackmann, a pesar de seguir en negativo, esta evolución hace que hayan cerrado «un buen año». Analizando las variables financieras de la empresa en su conjunto, se mostró «optimista» sobre el futuro, eso sí sin precisar una fecha para dejar atrás unas pérdidas que se mantienen ya seis cursos consecutivos.

La posición oficial de Seat, en los últimos tiempos, es que se encuentran en el buen camino y que el *break even* llegará. No obstante, según ha podido saber *La Tribuna de Automoción* de fuentes del sector, el fabricante tiene previsto alcanzar ese escenario a finales de 2015.

La recuperación de la compañía se está viendo impulsada por un crecimiento continuo de la facturación. El año pasado, se consiguió un nuevo récord con 7.496,6 millones de euros, un 15,8% más. Un dato que invita al optimismo es el de los ingresos medios por vehículo ven-



El Comité Ejecutivo de Seat junto al 20V20, el prototipo que avanza la visión estratégica de la marca.

## El fabricante anuncia la contratación de 100 ingenieros para el Centro Técnico que trabajarán, previsiblemente, en el desarrollo íntegro del futuro Audi A1

dido, que volvieron a aumentar, situándose en 13.090 euros frente a los 12.640 de 2013.

Todo ello ha contribuido a que se experimente un incremento del 36% del ebitda, hasta los 300 millones de euros, mientras que se ha logrado recortar un 23% el resultado de explotación negativo, hasta 166,7 millones. El desarrollo de un balance «conservador» en 2014, de acuerdo con el vicepresidente de

Finanzas y de Organización, Holger Kintscher, ha tenido un impacto en la liquidez de la marca. Así, el flujo efectivo de caja de las actividades de explotación aumentó un 45,9%, hasta 522,5 millones, lo que se traduce en una mayor capacidad de la empresa para autofinanciar las inversiones.

Precisamente en este último capítulo, en el campo de la I+D, el desembolso total del fabricante cre-

ció 10 millones de euros en 2014, hasta los 457 millones, que dejan el saldo en el último lustro en 2.600 millones.

### 100 nuevos ingenieros

En la presentación de los resultados financieros en la sede de Martorell (Barcelona), el pasado 18 de marzo, Stackmann anunció que se van a contratar a 100 ingenieros hasta octubre de 2015 para el Centro Téc-

nico, que cuenta, actualmente, con una plantilla de 900 trabajadores. Estos empleados reforzarán «los proyectos actuales, particularmente en las áreas de desarrollo electrónico, de carrocerías y de motores de Seat y del Grupo VW», según consta en un comunicado oficial. No obstante, fuentes del sector explican a esta publicación que su llegada se debe, fundamentalmente, a un nuevo encargo de Audi, que será, previsiblemente, desarrollar en su totalidad el futuro A1.

### Sustitución del director de Martorell

Las novedades también se han producido en la factoría de montaje de Martorell, que desde el 1 de abril cuenta con un nuevo director, Steffen Reiche, que procede de VW y que ha sustituido a Stefan Loth, que accedió al cargo en diciembre de 2011. El director saliente se irá a trabajar a una planta de VW en China.

Por otra parte, en el centro catalán, se ha aprobado que la línea de montaje del Q3 trabaje la primera semana de agosto, unas jornadas que se completarán casi en su totalidad con personal voluntario. La semana estival que no se podrá disfrutar se recuperará entre julio y noviembre por sorteo. Esta medida se ha tomado para recuperar producción del SUV, que cuenta, a día de hoy, con problemas de suministro de ciertas piezas. Los proveedores no están pudiendo servir todos los componentes necesarios para trabajar también en sábados —al final, no se han podido activar dos en mayo—, una situación que podría regularizarse entre junio y julio.

La balanza comercial del sector en enero cayó por los industriales y los componentes

## Los turismos tiran de la producción y del superávit del automóvil en el inicio de 2015

ALBERTO G. MOLINERO / MADRID

En los dos primeros meses del año se ensamblaron en España un total de 462.746 vehículos, lo que supone un incremento del 16,25% con respecto al mismo periodo del año pasado, según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Automóviles y Camiones (ANFAC).

La producción de turismos volvió a ser el protagonista de este crecimiento, que acumula en lo que va de año un aumento del 24,87%, frente a la caída de los todoterrenos (-31,32%), los furgones (-10,78%) y los vehículos industriales ligeros (-64,16%) que sufren descensos de dos dígitos.

La recuperación de la demanda interna, impulsada por el Plan PIVE, está detrás de buena parte del crecimiento de la producción,

sumado a que hay varios modelos en plena rampa de lanzamiento para atender a las redes comerciales, según informa Anfac.

La exportación es otra de las claves del aumento de la producción, con un crecimiento hasta febrero del 12,11%, hasta las 373.523 unidades. El ritmo del crecimiento de las exportaciones es menor al de la fabricación, lo que significa que el ratio entre ambos se sigue equilibrando.

En los dos primeros meses del ejercicio, se enviaron fuera de nuestras fronteras el 80,7% de los vehículos producidos en España, es decir alrededor de cuatro puntos porcentuales menos que en el conjunto de 2014. Anfac considera ideal para la industria española de coches que ese ratio se acerque al 80%, claro que con

un mercado interno de, al menos, 1,2 millones de automóviles matriculados al año.

### Cae el superávit comercial

El crecimiento en la exportación de vehículos también tiene impacto en la balanza comercial del automóvil. En el primer mes del año, se exportaron turismos por valor de 2.108 millones de euros, lo que supone un incremento del 41,2%, según los datos de Anfac.

Este porcentaje desciende al 24,7% y 2.400 millones si se cuentan las exportaciones de motos y vehículos industriales, mientras que si se incluyen también las de componentes y piezas de automoción, el crecimiento se queda en un 14,8% y 3.300 millones de euros. Con todo, la industria del motor es la única junto con



Planta de Seat en Martorell, donde se fabrican los dos modelos más vendidos del mercado.

el sector de alimentación y el de manufacturas de consumo (textil y juguetes) que ha aumentado sus exportaciones en enero, según datos del Ministerio de Economía.

En este contexto, si lo comparamos con las importaciones, el superávit comercial del automóvil descendió un 10% en enero con respecto al mismo mes de 2014, al registrar 418,6 millones de euros. Esta caída se debe a que el superávit del segmento de vehículos industriales cayó en enero un

57% y a que el déficit de componentes se incrementó un 44,3%.

Por el contrario, el superávit de automóviles creció un 64,7%, con un total de 1.130 millones de euros, mientras que el de vehículos, contando motos y camiones alcanzó 1.275,9 millones, un 20,5% más que en el mismo mes de 2014.

El de automóvil es uno de los cuatro únicos sectores en España que mantiene superávit en este arranque de 2015.

Consumo promedio: desde 3,4 hasta 8 l/100 km. Emisiones de CO<sub>2</sub>: desde 89 hasta 188 g/km.

Nuevo  
BMW Serie 1



900 357 902  
www.bmw.es

¿Te gusta conducir?

**BMW EFFICIENT DYNAMICS**  
MENOR CONSUMO. MEJORES PRESTACIONES



# ALGUNAS EXPERIENCIAS NO SE PUEDEN CONTAR EN 140 CARACTERES

## NUEVO BMW SERIE 1. COMPÁRTELO, PERO COMPÁRTELO DE VERDAD

Conducir el nuevo BMW Serie 1 no es algo que puedas contar a través de una foto o describir en un comentario en tus redes sociales. Un viaje en el nuevo BMW Serie 1 es algo que sólo se puede explicar viajando en el nuevo BMW Serie 1. Y es que su nuevo diseño, ahora más deportivo, y sus nuevas características, como faros con tecnología LED, radio BMW Professional con pantalla de 6,5", llantas de aleación de 16" y los sistemas Servotronic y Connected Drive, incluyendo la llamada de emergencia inteligente, hacen que conducirlo sea una experiencia difícil de explicar a los demás (aún más en sólo 140 caracteres).

## Renault ahorra entre 20 y 30 euros por coche con el parque de proveedores

T.A. / MADRID

El presidente de la Junta de Castilla y León, Juan Vicente Herrera, acompañado por el responsable mundial de Fabricación y Logística de Renault, José Vicente de los Mozos, inauguró el 25 de marzo el parque de proveedores de la marca francesa en Palencia, en el que el Gobierno regional ha invertido 13,5 millones de euros que servirán para crear entre 200 y 250 empleos en la primera fase.

En estos momentos, el parque cuenta con dos naves de 10.000 m<sup>2</sup> cada una, en las que



La delegación de la Junta de Castilla y León y de Renault durante la visita.

operan Snop, Acciona Facility Services y Renault Tech, la división de adaptaciones especiales de vehículos. Gracias a estas instalaciones, el fabricante francés conseguirá un ahorro medio en logística de entre 20 y 30 euros por vehículo fabricado, según De los Mozos.

## Los modelos de Ávila deberían costar 1.500 euros menos para ir a Turquía

P.M.B. / MADRID

La planta de Nissan Ávila busca más volumen de producción y uno de los mercados grandes en el que aún no han entrado sus modelos es Turquía. Pero, para poder acceder a este país, la dirección ha trasladado a sus trabajadores la necesidad de abaratar los costes de producción de cada camión en al menos 1.500 euros.

El desglose de esta reducción sería abaratar en 700 euros los gastos logísticos —lo que se podría conseguir por ejemplo si no hubiera que importar piezas de China en avión en casos excepcionales—, 500 euros en compras y diseño y 250 euros en las operaciones industriales. De esta última partida, 143 euros se conseguirían de la masa salarial.

Asimismo, la dirección de la planta trasladó a los trabajadores que hasta 2019 la empresa hará una serie de inversiones en los modelos como consecuencia de la entrada en vigor de la normativa europea de emisiones Euro 6 y la del ABS. No obstante, no repercutirá en la fábrica ya que estos desarrollos se hacen fuera de la planta, en concreto en el Centro Técnico de Barcelona.

Por otro lado, la fabricación y venta del NT500 en China sigue parada de momento, por cuestiones de mercado.

GM España contratará a más de 1.400 personas que entrarán para relevar a los trabajadores más veteranos

# Opel rejuvenecerá el 25% de la plantilla española en cuatro años

P. M. BALLESTEROS / MADRID

La marca alemana, filial de la americana General Motors, tiene futuro en España y como prueba basta el programa de rejuvenecimiento de la plantilla que ha lanzado la compañía para los cuatro próximos años.

Entre 2015 y 2018, Opel contratará a más de 1.400 trabajadores que relevarán a los empleados nacidos entre los años 1954 y 1957. Éstos pasarán a trabajar un 15% del tiempo y el resto de carga de trabajo la asumirán operarios más jóvenes.

De esta forma, se renovará más del 25% de la plantilla de 5.434 personas —de ellos 5.000 trabajan en el taller de la fábrica de Figueruelas—, que tiene una media de edad que supera los 50 años.



La presidenta de Aragón, Luisa Fernanda Rudi, y el director general de GM España, Cobo.

## 500 empleos más Cooper Standard se instala en Aragón

La empresa estadounidense de componentes Cooper Standard Automotive podría crear hasta 500 empleos —necesitarán 50 trabajadores en 2015, 100 en 2016, 200 en 2018 y 325 en 2020, aunque todavía quedará espacio para la progresión— en Tarazona (Zaragoza). En este pueblo instalarán una planta de burletes para las puertas del Opel Meriva y del Citroën C3 Picasso que se ensamblará en la fábrica de Opel Zaragoza a finales de 2016. Aunque también esperan poder servir piezas a otras plantas y han calculado que a un radio de 300 kilómetros hay nueve centros de producción de vehículos.

La compañía, que tiene su sede central en Novi (Michigan) invertirá 6,7 millones de euros en los próximos cinco años y prevé conseguir una facturación de entre ocho y nueve millones de euros en 2016, y alcanzar unas ventas de 35 millones de euros en 2020.

Cooper Standard no es nueva en España. En 2010 cerró el centro de producción que tenía en San Marcos de Getafe (Madrid) y cuatro años más tarde, compró una fábrica de Cikautxo (empresa del Grupo Mondragón) que se encuentra en Borja (Zaragoza) y que se dedica a la fabricación de tuberías de refrigeración y calefacción de vehículos.

teóricas y dos serán prácticas. Una vez concluida la formación, recibirán una certificación oficial que les avalará como «monta-

dores de elementos eléctricos, mecánicos y ensamblaje de componentes». Opel se compromete a contratar a más del 60% de las

personas que pasen favorablemente la formación. Tres meses después del aprendizaje se incorporarán al puesto de trabajo.

### Acuerdo con Aragón

Los procesos de selección para acceder al curso de formación lo realizará el Instituto Aragonés de Empleo (Inaem), después de analizar los test psicológicos, habilidades manuales y entrevistas personales.

La firma del acuerdo, por el cual el Inaem elegirá a los candidatos, la llevaron a cabo el director general de General Motors España, Antonio Cobo, y la presidenta del Gobierno de Aragón, Luisa Fernanda Rudi, quien destacó el compromiso de GM y Opel con la región.

A este plan de rejuveneci-

## El Instituto Aragonés de Empleo seleccionará a los candidatos que realizarán la formación

miento de la plantilla hay que sumar los modelos que se han adjudicado recientemente a la fábrica española. En 2014 se empezó a fabricar el Mokka, que antes se hacía sólo en Corea, y el Opel Corsa y para 2016 ha conseguido la producción del Meriva que se ensamblará junto con el Citroën C3 Picasso, gracias al acuerdo entre PSA Peugeot Citroën y General Motors.

El Movele también se prevé para esta fecha

# El Plan PIVE 8, para finales de abril o primeros de mayo

PABLO M. B. / MADRID

Mientras el PIVE 7 aún colea, gracias a las restricciones que planteó el Ministerio de Industria, que ha hecho que se prolongue más de lo previsto, el departamento del ministro José Manuel Soria trabaja en la que será la «última edición» del plan de ayudas, que, si no cambia a última hora, tendrá un presupuesto que podría superar los 200 millones de euros.

Fuentes gubernamentales, a las que ha tenido acceso esta publicación, han declarado que

la octava edición se aprobará a «finales de abril o a principios de mayo», por lo que aún habrá que esperar cerca de un mes.

No obstante, el vacío entre los programas de ayudas no será tan grande, ya que el PIVE 7 se está alargando más de lo previsto. Según fuentes del sector, el hecho de que se pida que el vehículo a achatarra tenga la ITV pasada y que haya pertenecido durante el último año al cliente que se va a beneficiar de las ayudas ha hecho que muchas personas que utilizaban un co-

che abandonado de la familia ya no puedan hacerlo. Otras fuentes hablan de que los concesionarios ya no pueden facilitar un vehículo viejo al comprador por lo que el programa es más puro y también más lento.

El PIVE 7, dotado con 175 millones de euros, se ha repartido de forma que 142 se han destinado para el 6.5, que adelantaba el presupuesto de los planes posteriores, y 33 millones para el propio 7.

### La patronal de V.E. urge a Soria

Otro plan que espera la luz verde del Ministerio de Industria es el de los vehículos eléctricos, que en principio estaba previsto para el primer trimestre del año. Según fuentes ministeriales, la partida de siete millones de euros fijados para el Movele llegará a finales de abril, por lo que también habrá que esperar un mes más.

La Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso del Vehículo Eléctrico (Aedive) ha

denunciado que el retraso en la aprobación de las ayudas del Movele 2015 «está poniendo en peligro el futuro de este mercado y echando por tierra todo el valor de las inversiones realizadas por la Administración en estos últimos años».

El Aedive se reunió el 16 de marzo con varios responsables del Ministerio para trasladar que «desde que se consumieron las ayudas Movele 2014 en noviembre pasado, el mercado del vehículo eléctrico se encuentra en un estado de incertidumbre que afecta muy negativamente».

En esta edición, hay que añadir también la incertidumbre de que, a pesar de que va a ser retroactivo desde el 1 de enero de 2015, al no conocerse las condiciones, no se sabe cómo serán finalmente las ayudas.

La patronal del vehículo eléctrico ha pedido una estrategia a medio plazo, ya que «el parque de eléctricos podría crecer a más del doble» de lo que lo hace.

# Entra en la nueva era informativa

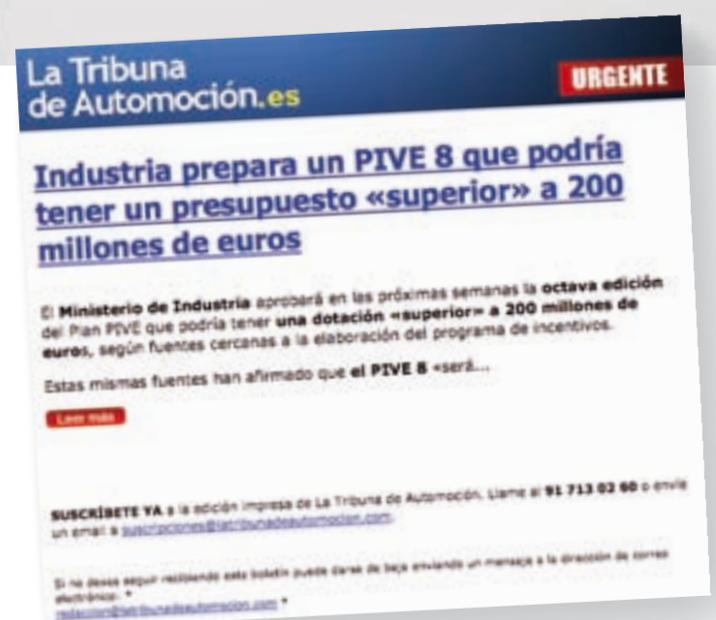
Servicio de boletines de



- Información exclusiva o en primicia del mundo del motor
- Análisis de los temas candentes de la actualidad
- La información con mayúsculas que leen los profesionales del sector
- En tu correo electrónico de forma gratuita

¡Súmate a más de  
1.700 suscriptores!

Suscríbete gratis en  
[redaccion@latribunadeautomocion.com](mailto:redaccion@latribunadeautomocion.com)



La marca alemana ha confirmado que lanzará un vehículo en este segmento «antes de 2020». Todo apunta que se hará sobre la base del Nissan One Ton

# Nissan Barcelona estudia fabricar un pick up mediano para Mercedes en el año 2017

PABLO M. BALLESTEROS / BARCELONA

Mercedes ha confirmado que «antes de que acabe la década» lanzará una camioneta pick up, con la que se convertirá «en la primera marca premium» que entrará en este segmento, para el que tiene unas previsiones muy positivas y compara su proyección con la que tienen los SUV.

El presidente de Mercedes, Dieter Zetsche, ha declarado que «el pick up de Mercedes contribuirá a alcanzar los objetivos de crecimiento mundial» de la marca y será un producto casi global. Las regiones en las que comercializará este vehículo, que «cada vez más se utiliza para fines privados y de ocio», son Europa, Australia, Suramérica y Sudáfrica.

El pick up, en cuestión, tendrá una capacidad de carga de una tonelada, por lo que compartirá dimensiones con el modelo conocido —a nivel fabril— como Nissan One Ton que vendrá a sustituir al Nissan Navara a finales de 2015.

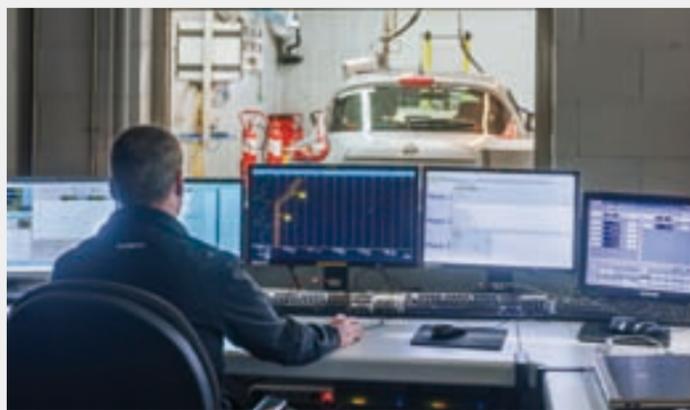
La comparación con el pick up que se comenzará a producir en la fábrica de Nissan Barcelona a finales de octubre o principios de noviembre de 2015 no es casual. *The Wall Street Journal* publicó, citando a dos fuentes anónimas, que la marca de la estrella «planea construir este modelo en cooperación con Nissan», usando la plataforma del Nissan Navara y que se fabricaría en las plantas de la compañía japonesa. El acuerdo se encontraría en un estadio

## Barcelona lidera la ingeniería Nissan El Centro de I+D en el que se desarrollan los pick up

Después de 46 años de vida —35 desde que es propiedad de Nissan—, la empresa asiática ha abierto las puertas a la prensa de una de las joyas de la marca, que además tiene su enclave en Barcelona. El Centro de I+D tiene más de laboratorio que de fábrica, bata blanca por encima de mono y el silencio en algunos lugares es sepulcral.

En el NTCE (Centro Técnico de Nissan Europa) catalán se desarrollan tres actividades clave. La primera de ellas es el desarrollo total de vehículos industriales ligeros para Europa y Rusia, ya sean camiones ligeros, furgonetas o pick up. Esto incluye la fase digital —gracias a la cual se reduce el plazo en un 50% y el coste del diseño— y la física. Aquí se ha desarrollado por completo el NT500, que se hace en Ávila, parte del desarrollo físico del NT400, y del pick up Navara y de la NV200 de producción en Barcelona.

El segundo punto fuerte del NTCE español, en el que trabajan 330 ingenieros, es la adaptación de todos los motores diésel de la Alianza Renault-Nissan a los modelos Nissan a nivel mundial. En la actualidad se trabaja con 17 motores, nueve son diésel y ocho, gasolina. En Barcelona se desarrollan los elementos periféricos de los



Prueba de conducción en ciclos para controlar las emisiones en el Centro Técnico.

propulsores, tales como los sistemas de refrigeración, alimentación, aire y de escape, por lo que será clave para adaptarse a la normativa Euro 6 que entra en vigor este 1 de septiembre.

La tercera pata es la adaptación de los modelos a los gustos de los europeos, a la vez que se realizan pruebas de estrés, tales como arranques del motor a 40 grados bajo cero, el funcionamiento de los limpiaparabrisas a esta temperatura o se prueba el efecto que tiene en la pintura y en las juntas una temperatura de 90 grados y una

radiación similar a la del desierto del Sáhara o una humedad del 95%. La posibilidad de simular la vida útil de un coche en sólo tres o cuatro semanas, después de estar las 24 horas del día rodando, en situaciones más difíciles de lo habitual, reducir las vibraciones y mejorar las cajas de cambio son otras de las mejoras que se hacen.

En Europa, donde trabajan 900 ingenieros, Nissan tiene otro centro en Grandfield (Inglaterra), que es el más importante, en Bonn (Alemania) y en San Petersburgo (Rusia).

avanzado, según el rotativo.

En la actualidad, el Navara, según fuentes de Nissan, se fabrica en Tailandia, México, Sudáfrica y, por supuesto, en Barcelona. Estas mismas fuentes no han confirmado ni desmentido la información y se han remitido al acuerdo que se firmó entre la Alianza Renault-Nissan y Daimler —propietaria de Mercedes— en el que se incluía la posibilidad de desarrollar productos.

### También para Renault

Otras fuentes no oficiales han confirmado a *La Tribuna de Automoción* la existencia de estas negociaciones para que en la fábrica de Barcelona se ensamble el pick up de Mercedes a partir de 2017.

A día de hoy el principal obstáculo que presenta la operación son los estándares que estaría pidiendo la marca alemana —en cuanto a interiores y motores— que encarecería el proceso de producción, por lo que ambas compañías deberían acordar un precio de transacción que supere los costes de fabricación.

El proyecto del One Ton, que llegará en 2015 con el emblema de Nissan, y posiblemente en 2017 con la estrella de Mercedes, no se limita sólo a estas dos marcas. En 2016, también se podrá ver con el rombo de Renault. Mitsubishi, que estaba incluida en los planes iniciales, de momento, se ha desmarcado de un proyecto que fortalece las relaciones entre Renault-Nissan y Mercedes.

Bansacar, Arval y Leaseplan pierden, según los datos de la AER

## Sólo ALD y Northgate ganan flota a junio de 2014 entre las «top cinco»

JUAN FERRARI / MADRID

De las cinco grandes empresas de renting que operan en España, y que concentran casi el 70% del mercado, sólo ALD y Northgate crecieron en número de vehículos gestionados a junio de 2014, último dato que maneja la Asociación Española de Renting (AER).

Northgate -cuarto en el ranking- aumentó un 2,19% desde 43.748 vehículos en junio de 2013 a 44.708 a junio de 2014 y ALD -tercero- subió un 0,64%, de 49.728 a 50.046. De las tres restantes que componen el top cinco, Bansacar -quinto puesto- sufrió el mayor descalabro, un 9,2%, al bajar a 39.680 unidades en verano de 2014 desde las 43.682 de un año antes. Arval -segundo del ranking nacional- descendió en ese lapso de tiempo un 1,56%, de 70.348 a junio de 2013 hasta 69.251 doce meses después. Leaseplan, el líder, rebajó un 0,71%, de 72.521 en junio de 2013 a 72.009 a junio de 2014.

El ranking de AER, que es sólo para uso interno de sus miembros, contabiliza

el dato de 20 de sus asociados que suman algo más del 99% de la totalidad de la flota de renting en España. Se realiza dos veces al año, en junio y en diciembre y lleva siempre retraso, por lo que todavía no están los datos de diciembre.

El segundo semestre de 2014 tuvo una mejora y el sector cerró el año con un 1,7% de aumento de flota por primera vez en muchos años. Fuentes de Arval han declarado que su flota subió a diciembre de 2014 un 3,5% hasta 71.000 unidades. Según los datos de la asociación, en diciembre de 2013 contaban con 68.553 coches. Por su parte, Leaseplan dice en su web que cuenta con "casi 80.000 vehículos".

En la mayoría de las empresas de renting la flota desciende a finales de año respecto a verano, en parte por las alquiladoras que se apoyan con vehículos de renting para cubrir su pico estacional. Por eso, la evolución de crecimiento se mide siempre cada doce meses para desestacionalizar los datos. El sexto lugar en vo-



Una flota de vehículos de la aseguradora Plus Ultra, gestionada por ALD Automotive.

lumen de flota lo ocupó en junio Alphabet, con 32.514 y un descenso del 0,7% (declara en su web 34.000 vehículos); seguido de BBVA AutoRenting, 26.620 y una caída del 6,28%; Volkswagen Renting, 20.782 y una subida del 10,7%. En novena posición, Santander Consumer Renting, 13.355 unidades y una bajada del 1,94%, y el top ten lo cerró Athlon Car Lease, que crece un 10,98% con una flota de 7.296

### Caidas de casi el 40%

El puesto undécimo primero lo ostentó Peugeot Renting que sufrió un descenso del 15% al reducir su flota a 6.599 unidades. Tras él, Bansabadell Renting, 6.361 vehículos gestionados y una subida

del 6,1%; GE Capital Solutions, en decimotercera posición merced a sus 6.330 unidades con una caída del 16,8%; Fraikin, 3.782 unidades, un 7,3% más que en junio de 2013 y Enterprise (Atesa) que cae casi un 40%, a 3.061 vehículos

Los cinco últimos puestos del ranking español de empresa de renting por flotas corresponden Citroën Renting con 2.993 coches a junio de 2014 y una subida del 2,4%; Parcours que ostenta el récord de crecimiento, un 34%, hasta 2.550 unidades. Las tres últimas tienen una flota por debajo del millar de unidades: Toyota Rent, 960 y una caída del 18,2%; Ibercaja Renting, 960 y un 13,4% de descenso y Caixa Renting, con una flota testimonial de 194 unidades que desciende un 34%.

1ª quincena abril de 2015

La inversión viva crece por primera vez en ocho años, gracias al impulso de los dos últimos ejercicios

# La financiación nueva de coches registró el mejor dato desde 2008

Financiación Nueva en Automoción  
En miles de euros

	Empresas	Inversión 2014		Inversión 2013		% var. 14/13	
		Importe	% \$/Total	Importe	% \$/Total		
1	VOLKSWAGEN FINANCE, S.A. E.F.C.	1.436.877	20,84%	1	1.216.087	20,87%	18,16%
2	GRUPO SANTANDER CONSUMER FINANCE, S.A.	1.404.524	20,37%	2	1.132.052	19,43%	24,07%
3	RCI BANQUE SUC. EN ESPAÑA	772.730	11,21%	4	593.312	10,18%	30,24%
4	GRUPO BBVA CONSUMER FINANCE	706.467	10,25%	3	629.650	10,80%	12,20%
5	BANQUE PSA FINANCE SUC. EN ESPAÑA	640.676	9,29%	5	593.027	10,18%	8,03%
6	BMW BANK GMBH	481.476	6,98%	6	448.198	7,69%	7,42%
7	GRUPO CETELEM	455.897	6,61%	7	402.475	6,91%	13,27%
8	TOYOTA KREDITBANK GMBH, SUC. EN ESPAÑA	223.161	3,24%	8	182.424	3,13%	22,33%
9	FINCONSUM, E.F.C., S.A.	217.491	3,15%	9	159.686	2,74%	36,20%
10	BANSABADELL FINCOM, EFG, S.A.	182.234	2,64%	10	150.297	2,58%	21,25%
11	FGA CAPITAL SPAIN EFC SA	148.911	2,16%	11	139.375	2,39%	6,84%
12	FGE BANK PLC SUCURSAL EN ESPAÑA	153.915	2,23%	12	107.023	1,84%	43,81%
13	HONDA BANK	54.328	0,79%	13	37.452	0,64%	45,06%
14	POPULAR SERVICIOS FINANCIEROS, E.F.C., S.A.	9.089	0,13%	14	5.497		
15	COFIBER FINANCIERA E.F.C., S.A.	3.953	0,06%	19	2.988	0,05%	32,31%
16	VFS FINANCIAL SERVICES SPAIN, E.F.C., S.A.	2.903	0,04%	16	7.653	0,13%	-62,07%
17	SCANIA FINANCE HISPANIA, E.F.C., S.A.	646	0,01%	17	7.194	0,12%	-91,02%
18	SOFINLOC INST.FRA CREDITO	236	0,00%	20	184	0,00%	28,26%
19	MCE BANK			15	13.020	0,22%	-100,00%
	<b>TOTAL</b>	<b>6.895.515</b>	<b>100,00%</b>		<b>5.827.594</b>	<b>100,00%</b>	<b>18,33%</b>

FUENTE: ASNEF.

Tres entidades acumulan el 50% de todas las operaciones nuevas de automóviles en España, dos acumulan el 80% del mercado de motos y una, el 67% de los comerciales

ALBERTO GUTIÉRREZ MOLINERO / MADRID

En 2014, la inversión nueva en la financiación de vehículos alcanzó los 6.895,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 18,3% con respecto al ejercicio anterior, el segundo incremento anual consecutivo y la mayor cifra desde 2008, cuando se alcanzaron los 10.045 millones, según datos de la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (Asnef), que agrupa a las principales entidades dedicadas a la financiación de bienes de consumo en nuestro país.

Esta cifra fue impulsada por el aumento de los contratos de turismos nuevos, hasta un total de 429.202, es decir, un 21,18% más que en 2013, con un importe medio de 12.080 euros (+1,4%). Sólo los vehículos comerciales registraron un descenso en su número de contratos (-2,43%) y en inversión (-31,66%).

La financiación de vehículos se aceleró en la última parte del año, logrando un crecimiento en el último trimestre del 30,3%, hasta lograr 1.968,1 millones de

euros financiados. Con este crecimiento, unido al registrado en 2013 del 4,13%, permite registrar un aumento en la inversión viva del sector de automoción por primera vez en siete años, hasta un total de 14.201,3 millones (+5,09%).

Asimismo, la morosidad ha vuelto a caer por segundo año consecutivo y esta vez con más fuerza, 3,59 puntos porcentuales, hasta situarse en el 7,77%. Para el presidente de Asnef, Óscar Cremer, este descenso se ha debido al repunte del consumo,

a la mejora de la economía en general y en particular del empleo y de la renta disponible, y al mayor control del riesgo por parte de las entidades financieras fruto de los años de crisis y del mayor uso de la tecnología a la hora de dar luz verde a nuevas operaciones.

## El Santander gana cuota

Por entidades, Volkswagen lideró por segundo año consecutivo la inversión nueva en financiación, con un total de 1.437 millones de euros y un crecimiento del 18,16%, si bien el Grupo Santander ha ganado un punto porcentual de cuota de mercado hasta situarse en el 20,37% de todas las operaciones y se acerca al banco alemán con 1.404 millones financiados (+24,07%).

Por su parte, la financiera del grupo Renault, RCI Banque también ganó un punto de cuota de mercado hasta el 11,21% y se sitúa como tercera entidad, en detrimento del BBVA, a pesar de que sus operaciones crecieron también, un 8,03%.

Estas tres primeras entidades acumulan más del 50% de todas las operaciones nuevas en España, una cifra que ha sido impulsada por la financiación de turismos nuevos. En vehículos usados, el Banco Santander y BBVA son los que más operaciones realizaron el año pasado, acaparando entre ambas en torno al 40% de las operaciones del mercado, mientras que en vehículos comerciales es la financiera de Fiat, FGA Capital, la que más operaciones nuevas financió, con un total de 15 millones de euros y acaparando el 67,34% del mercado.

En cuanto al mercado de motos, hay dos entidades que acaparan casi el 80% del mercado, BMW, con un total de 52 millones de euros financiados y el Banco Cetelem, con 50 millones.

## 46 empresas gallegas optan a piezas del K9 que ahora se importan desde Francia

T.A. / MADRID

El director de PSA Vigo, Yann Martin, ha señalado durante la celebración de la Asamblea del Cluster de Galicia que el proyecto K9 (nuevas Berlingo, Partner y Combo) «va a ser un automóvil muy gallego». Aparte de su producción en Balaídos, las furgonetas se montarán con gran parte de piezas hechas en la comunidad gallega, probablemente en mayor medida que con los modelos actuales. Martin explicó que, hasta ahora, 46 empresas de la región han presentado ofertas por componentes que en la generación actual se importan, sobre todo de Francia. El Cluster ha calculado que hay más de 150 referencias susceptibles de fabricarse.

Por otra parte, la factoría de Vigo, finalmente, no ha logrado adjudicarse la producción de unos motores de tres cilindros a los que optaba. La planta elegida ha sido la francesa de Trémery, que ya produce una versión del propulsor. El proyecto contempla añadir una capacidad de 200.000 unidades.

## Competencia multa con 3,2 millones a 10 concesionarios Land Rover

T.A. / MADRID

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ha impuesto una multa de 3.195.712 euros a 10 concesionarios Land Rover, por «adoptar e implementar acuerdos de fijación de precios y otras condiciones comerciales que mantenían secretos».

Según informa el organismo en una nota de prensa, siete de estos concesionarios están ubicados en Madrid y los otros tres en Barcelona. La CNMC considera que en cada una de estas regiones habían constituido un cártel.

La sanción más fuerte la ha recibido C de Salamanca, S.A. con una penalización de 939.313 euros. Los afectados pueden reclamar a la Audiencia Nacional.

## Baio el capó - News

### El Reglamento, para final de abril

JUAN FERRARI

La DGT confía en que el Reglamento de Circulación sea aprobado en Consejo de Ministros a finales de este mes. El primer borrador data de febrero de 2013. Tráfico defenderá ante Consumo la prohibición de la venta callejera de coches



**E**l Reglamento de Circulación podría estar aprobado a finales de abril, según fuentes de la DGT. Para el viernes 24 de abril o quizá el jueves 30. Ésas son la fechas que baraja la Dirección General de Tráfico para que el Gobierno dé su visto bueno al Reglamento de Circulación, uno de los textos legales más accidentados en materia de Tráfico de los últimos tiempos. El primer borrador empezó a circular en febrero de 2013, pero se paró tras la exigencia de los grupos políticos en el Congreso de que las modificaciones se incluyesen previamente en una reforma con rango de ley.

Eso embarcó a la DGT en un trámite parlamentario que demoró los cambios de la ley a marzo del pasado año. Con la nueva ley en el BOE Tráfico se volcó en el Reglamento que debería haber entrado en vigor a finales de 2014. Sin embargo, la oposición de determinados departamentos dentro del Gobierno ha ido retrasando el proyecto y especialmente el dictamen en contra del Consejo de Estado.

Los cambios en la velocidad, que prevé aumentos hasta 130 km de forma discrecional en tramos de autovías y autopistas si las condiciones lo permiten y la rebaja en 10 kilómetros/hora en las

carreteras convencionales, de 100 km a 90 o 70, dependiendo de los tramos son los principales cambios. Respecto a los tramos variables que permitan circular a 130 km, Fomento ya ha dejado claro que no invertirá en nuevos paneles, por lo que la medida tendrá un efecto menor en las autovías de gestión pública, no así en las autopistas de peaje, más proclives a invertir para aumentar la velocidad.

**Lo que definitivamente no incluirá el Reglamento de Circulación es la prohibición de aparcar vehículos con el fin de ser vendidos.** Una medida que dejaría fuera de las ciudades a los

vendedores ilegales que tanto daño hacen a los comerciantes legales. Fuentes de la DGT explican que la Secretaría General Técnica del Ministerio de Interior, del que depende la Dirección General, les conminó a retirarlo del Reglamento porque no es una competencia de Tráfico, sino de Consumo.

Estas mismas fuentes explican que la DGT no tira la toalla y una vez sea aprobado el Reglamento de Circulación presionará al Ministerio de Consumo para que aborde la regulación de la venta callejera de vehículos para que abarque toda la geografía nacional. Ahora depende de cada municipio.



De derecha a izquierda.  
 Javier Pardeiro, director de Posventa de Ford Iberia.  
 Hernán Vázquez, director de Posventa de VW-Audi España.  
 Marco Barreiros, director de Posventa de Renault Iberia.  
 Pablo Rodríguez, gerente del Área de Automoción de Overlap.  
 Ignacio Anasagasti, subdirector de *La Tribuna de Automoción* (moderador de la mesa redonda).

# Las redes apuestan por un menor **precio** y ser más **flexibles** para ganar **clientes**

• Los concesionarios oficiales, con la crisis, se han visto obligados a reconfigurar su negocio de posventa y, con el apoyo de las marcas, a pelear por los clientes de vehículos de más edad, que han ganado cuota. Las armas empleadas son un precio competitivo y flexible, y calidad del servicio.

**1** Sabemos que la rentabilidad es clave para las redes de concesionarios, ¿qué se puede hacer para mejorarla?, ¿está reñida con los estándares de marca?

**2** Perdemos clientes en los talleres con la finalización de la ga-

rantía, los contratos de mantenimiento y la extensión de garantía, ¿cómo se pueden mantener los clientes después?

**3** Hemos hablado de ser rentables y de mantener clientes, sin embargo podemos hacer más

por captar o recuperar clientes, ¿hasta dónde es posible recuperar a los clientes?, ¿están las concesiones formadas para ello?

**4** Hay una mayor oferta en el mercado del mantenimiento, ¿somos capaces de diferenciar-

nos respecto a la competencia multimarca? ¿La mayor complejidad de los coches con nuevos sistemas de conectividad y de seguridad es una oportunidad para el taller oficial de cara a fidelizar clientes?

**INMA GARCÍA AYUSO /  
 IGNACIO ANASAGASTI / MADRID**

Las crisis sirven de catarsis para muchos negocios y, por ende, una oportunidad muy suculenta para recuperar la senda del éxito. En el sector de automoción, esta situación se ha escenificado en muchas de las áreas de actividad, aunque si hay una en la que se ha vivido de manera más profunda ha sido en la posventa.

La consultora Overlap y *La Tribuna de Automoción* organizaron, el pasado 25 de marzo, en el hotel Meliá Castilla de Madrid, una mesa redonda con el título «Retos y soluciones en la posventa de los concesionarios», en la que se analizaron los giros que han dado las redes de distribución en los últimos años para recuperar clientes y, por tanto, facturación.

En el foro, en el que intervinieron el director de Posventa de Ford Iberia, Javier Pardeiro; el director de

Posventa de Renault Iberia, Marco Barreiros; el director de Posventa de Volkswagen-Audi España, Hernán Vázquez; y el gerente del Área de Automoción de Overlap, Pablo Rodríguez; se subrayó que los concesionarios se han adaptado para llegar a unos clientes en los que antes no se centraban, aquellos con vehículos más antiguos cuya garantía ya no está en vigor.

Y para ello, están apostando por ser más flexibles preparando ofertas comerciales para cada tipo de cliente; por una reducción de precios, y por una mejora de la calidad del servicio, una cuestión en la que está siendo fundamental la formación.

Los ponentes coincidieron en que las redes transitan por el buen camino, aunque todavía hay puntos a mejorar. Entre ellos, tal y como señaló Overlap, garantizar que la formación que se da en las concesiones se aplica en el día a día y depurar todas las bases de datos de

clientes, que contienen elementos muy desactualizados.

**1**

**Ford**

Parece que podría haber una disputa entre rentabilidad y fidelizar y conquistar clientes, pero creo que, realmente, en el caso de las redes oficiales, no tiene por qué ser necesariamente así. Históricamente hemos sido muy buenos a la hora de tratar a clientes de vehículos nuevos, donde la media de edad estaba en torno a los tres o cuatro años. Con la evolución de la industria que hemos sufrido en los últimos años, el envejecimiento del parque nos ha espabilado para buscar nuevos clientes que antes no disponíamos.

Todos nos hemos rascado la cabeza, pensando cómo atacar ese segmento que no teníamos. Es cierto que hemos lanzado ofertas más agresivas, que en principio podrían

afectar a la rentabilidad de nuestros concesionarios, pero la verdad es que estamos conquistando clientes. Yo lo considero volumen incremental. Aparte de ser unas medidas de supervivencia de nuestra red y de los fabricantes, también, al final nos está acercando más a los clientes y eso no sólo nos va a dar más facturación, sino la posibilidad de venderles más coches nuevos en el futuro. Yo no considero que haya que decidir entre rentabilidad o conquista de nuevos clientes, creo que es negocio incremental para nuestras marcas y nuestros concesionarios.

**Volkswagen**

Las posventa es un eje esencial en la rentabilidad de nuestros concesionarios y de alguna forma lo que ha quedado más en evidencia es que durante los últimos años este negocio se transformó en aquello que nos permitió mantener a nuestra red de concesionarios y talleres oficiales

con unos niveles de rentabilidad, muy bajos, pero rentabilidad al fin. Durante los tiempos de crisis en los que se dejó de vender mucho V.N. tuvimos que espabilarnos y buscar un negocio en aquellos segmentos de coches de más años que no estábamos acostumbrados a tratar.

Para reconquistar a ese cliente que había dejado de asistir a nuestros concesionarios y talleres oficiales, tienes que ser algo más agresivo en precios. La magia está en pensar que lo que nosotros buscamos es una relación duradera con el cliente. A mí no me gusta hablar de una fidelidad de un cliente en la posventa, sino de una fidelidad en una relación entre una marca y un cliente. No me resulta del todo válido medir la rentabilidad por una operación en sí misma. Hay que mirarlo a medio plazo.

**Renault**

Estoy de acuerdo con mis com-

pañeros. Para mí hay dos factores principales en la rentabilidad de las redes de marcas: la calidad del servicio es fundamental, porque perder un cliente me cuesta un segundo y conquistar un cliente me puede costar 10 años. El segundo punto es que hoy un concesionario tiene más actividades de las que tenía en el pasado, hoy vende piezas, coches, servicios, actividad de mayorista, venta de accesorios... Hoy la rentabilidad de un concesionario es la rentabilidad de sus pequeñas actividades y esto permite a las redes de marca estar vivas y ser rentables.

**Overlap**

La captación no tiene por qué ir en contra de la rentabilidad. Hay que buscar la rentabilidad del negocio o incluso del cliente en un ciclo a largo plazo, lo que se vincula con otros conceptos como son el de satisfacción y el de qué ofrezco a mis clientes. Las marcas hacen un gran esfuerzo y donde encontramos, quizá, más dispersión es en cómo esos concesionarios explotan ese servicio que les están ofreciendo.

En las encuestas de satisfacción es cierto que mejoran, pero hay que ver si eso que se mide en las encuestas es lo que espera el cliente que sea medido.

**2**

**Renault**

El objetivo que tenemos es que cuando un cliente visita un concesionario de marca tiene que sentirse como si estuviese en su casa. Si el cliente se siente bien y tratado de una forma justa, no hay que hacer mucho más. El problema es que la competencia es muy agresiva hoy, comunica precios, muy muy bajos y garantía de constructor. Yo creo que hay que preparar diferentes ofertas en las redes de marcas adaptadas a cada tipo de cliente. Un cliente de un coche de 12 años tiene otras expectativas que un cliente que tiene un coche de un año.

**Volkswagen**

Cuando un vehículo nuevo sale al mercado, la fidelidad que tiene el cliente con el taller oficial es muy alta. Nuestro objetivo es que en todas las experiencias que el cliente tenga durante esos primeros años con el concesionario sea espectacular y que, en ningún momento, se tengan que plantear dejar de ir a ese concesionario.

Habría que defenderse de los ataques del mercado. Nosotros trabajamos en pro de lo que vendemos; lo defendemos con todas las de la ley y sin difamar a nadie, poniendo los valores encima de la mesa y me refiero a la transparencia. Es fácil difamar de una forma gratuita. Los primeros responsables, en ese sentido, tenemos que ser los fabricantes para decir de forma transparente al cliente qué es lo que está pagando cuando está afrontando una reparación.

**Ford**

Hay que poner en valor nuestras fortalezas: el recambio original, el entrenamiento específico, la especialización, la calidad y el trato al cliente. Una vez que tienes eso y consigues ponerlo en valor, si luego tienes unas buenas ofertas, mantienes al cliente.

**Overlap**

La experiencia que tenemos con los talleres es que somos capaces de recuperar clientes simplemente por



«El objetivo que tenemos es que cuando un cliente visita un concesionario de marca tiene que sentirse como si estuviese en su casa. Si se siente bien y tratado de una forma justa, no hay que hacer mucho más»



«El resultado no es el mismo cuando hay campañas desde las marcas que cuando el concesionario también busca al cliente. Queda desarrollo para conseguir esa satisfacción y vinculación a corto plazo»



«Históricamente, hemos sido muy buenos a la hora de tratar a clientes de vehículos nuevos. Con la evolución de la industria en los últimos años, el envejecimiento del parque nos ha espabilado para buscar nuevos clientes»



«Durante los últimos años, hemos hecho hincapié en la formación para cambiar la situación de tener un personal pasivo a tener uno proactivo, que tiene que salir a conquistar mercado y defender la lealtad de los clientes»



De izda. a dcha., Ignacio Anasagasti (La Tribuna de Automoción); Pablo Rodríguez (Overlap); Juan Ruiz del Portal (director general de Overlap); Marco Barreiro (Renault); Hernán Vazquez (VW-Audi); Javier Pardeiro (Ford); y Javier Menéndez (La Tribuna de Automoción).

la actuación del concesionario. El resultado no es el mismo cuando hay campañas desde las marcas, que cuando el concesionario también busca al cliente. Queda desarrollo para conseguir esa satisfacción y esa vinculación a corto plazo.

**3**

**Renault**

La formación que proponemos a nuestras redes de concesionarios va más lejos de la mera formación técnica. Tenemos formación comercial, de marketing... Hay que cuidar las

redes de distribución. Invertimos mucho en formación. Pero para recuperar esos clientes, hemos cambiado nuestro modelo de comunicación. Hoy, un cliente que quiere hacer una reparación tiene una *site* para hacer una simulación de cuánto vale y el precio será muy similar. El estigma de que el constructor es caro es algo que está en la cabeza del cliente y los constructores, poco a poco, estamos empezando a cambiarlo. Hoy, hay que comunicar de una forma muy sencilla, pero que el cliente experimente que un concesionario tiene el precio justo.

**Volkswagen**

La formación es muy importante. Creo que la red está mejor preparada que hace unos años, pero tal vez todavía falte que esté lista para soportar los desafíos del futuro, pero estamos en el buen camino. Yo tengo claro que tenemos que vender algo después de haber vendido un coche. Quedarnos con el estigma de posventa, como si fuésemos los «uñas negras» es algo que se ha quedado desterrado. Necesitamos de una organización que tenga un perfil comercial muy marcado, para ello la formación es fundamental.

Durante estos últimos años, hemos hecho hincapié en la formación. Hay una parte muy importante, sobre todo en lo que es el asesor de servicio en la dirección de la posventa, de una formación de gestión, para ayudarles en este proceso de transformación y para cambiar esa situación de tener un personal de posventa pasivo a tener uno proactivo, que tiene que salir a conquistar mercado y defender la lealtad de nuestros clientes. En este sentido, hemos evolucionado mucho, aunque, seguramente, aún queda por recorrer, pero estamos orgullosos del camino que llevamos.

**Ford**

En posventa, históricamente teníamos nuestro CRM (*customer relationship management*), ahora nos estamos lanzando a hacer *mass media*. No lo solíamos hacer, pero, tenemos que conquistar clientes que ya no nos visitan, tenemos que darnos a conocer y hay clientes a los que ya les hemos perdido la pista y eso ayuda a combatir el estigma que tenemos y a demostrar que somos competitivos.

**Overlap**

Es cierto que se está haciendo mucha formación, pero no sé cuánta de esa formación se aplica finalmente. Si un concesionario fuese capaz de sacar partido a toda su base de datos, ¿no tendría el taller lleno durante muchos años? Pero esos datos muchas veces no están actualizados, no se utilizan... Quizá esa labor de campo es la que más está ayudando. Al final el mayor impacto se consigue en cualquier trabajo de formación en el puesto.

**4**

**Ford**

Creo que los talleres independientes lo van a tener difícil, porque todo lo que estamos incorporando de electrónica y tecnología va a ser una barrera de entrada en capacitación para mecánicos tradicionales, porque requiere una inversión, que las redes las van a hacer, pero a los talleres independientes les va a costar.

**Volkswagen**

Antes de hablar de redes, me gustaría dejar fuera a la competencia desleal. Yo creo que los talleres multimarca lo tendrán complicado. Yo de ellos no sé nada, pero a nosotros nos cuesta un montón formar a la gente, mantener la información, actualizar el *software*... ¿Cómo hacer que alguien que está fuera de este circuito pueda estar al día? A mí me gustaría que haya una transparencia absoluta en el mercado para que el cliente sea consciente a la hora de elegir qué está poniendo, a priori, en riesgo.

**Renault**

Un coche eléctrico que entra en un taller independiente corre riesgos enormes. Y eso nos da una ventaja competitiva muy grande.

**Overlap**

Quizá es posible que las marcas oficiales se queden con las operaciones más complicadas y el taller independiente las de mantenimiento, que quizá no sean las más rentables. Creo que la transparencia es importante, porque cuando el taller independiente no es capaz de resolver bien, echa la culpa a la marca.

# Carmelo Sanz de Barros

«El objetivo es llegar a 500.000 socios en cinco años»

Presidente del Real Automóvil Club de España (RACE)



Tras años de inestabilidad social e institucional en el veterano club automovilístico, la llegada de Carmelo Sanz de Barros y su consejo directivo, en octubre de 2011, revirtió la agónica situación. Ahora el RACE, tras una profunda profesionalización, vive uno de los momentos más dulces de su larga historia de más de 110 años.



**La Tribuna de Automoción.— ¿Cómo llegó a la presidencia del RACE? ¿Cuáles han sido sus prioridades?**

**Carmelo Sanz de Barros.—** Yo llevaba como socio más de 20 años, pero sólo conocía la parte del ocio, prácticamente, desconocía el negocio. El RACE venía de una etapa de 10 años de inestabilidad social e institucional, importante. Pensamos dónde nos gustaría ver al club. Lo primero que hizo el consejo fue un análisis profundo de todo lo que tiene el RACE: grupo empresarial, fundación, complejo deportivo y de ocio, y un circuito. Vimos qué tendríamos que hacer con cada una de las partes y las sinergias que tenían. Estuvimos prácticamente un año sin hacer nada, de cara al exterior, y definiendo los planes estratégicos. Después, había que desarrollarlos y es lo que hemos hecho, básicamente, estos tres años.

**T.A.— ¿Por qué han proyectado los planes a 10 años y no a cinco?**

**C.S.—** Quizá porque veníamos del cortoplacismo y quisimos un plazo de al menos 10 años para marcar la dirección y para que, venga quien venga, haya una línea marcada, muy clara. Con ese posicionamiento, queremos dejar separado totalmente el ocio y el negocio.

**T.A.— ¿Qué medidas tomaron respecto al grupo empresarial?**

**C.S.—** Lo mejor que tiene el RACE y que ha tenido, y que esperamos siga teniendo es la marca. La gente aprecia el servicio que da el RACE en asistencia en carretera, pero teníamos una competencia muy importante y consideramos que, tal cual estaba concebido, nuestro producto se estaba agotando y buscamos otros ángulos. Hemos desarrollado un producto mucho más atractivo para el socio, ligado al estilo de vida. Aunque nadie cuestionaba nuestra calidad, nos habíamos quedado un poco obsoletos dentro de un mundo ultratecnológico, con cada vez más interconexión entre el automóvil y la asistencia. O rediseñábamos nuestro producto o íbamos a tener un problema que podría

El negocio nos ha ido muy bien. Los 30.000 nuevos socios prueban que a la gente le gusta más este nuevo modelo, donde ofrecemos un valor añadido

cuestionar la existencia de nuestro club.

Por otro lado, tratábamos igual al socio individual y al negocio de *business to business*. Ahora hemos profesionalizado mucho el *b2b*, y ahí tenemos tres grandes líneas de negocio: fabricantes de coches; renting y leasing, donde también somos líderes y las compañías de seguro, donde tenemos una cuota altísima.

**Jorge Delgado.—** Nos enfocamos en dos grandes líneas: el club y el negocio del *b2b*. Tenemos 300.000 socios, pero siete millones de clientes a través de nuestras aseguradoras, de nuestros socios del negocio de rent a car, del leasing y de las compañías de automoción. Básicamente, dimos la vuelta a las dos líneas de negocio.

**T.A.— ¿Cómo es este nuevo producto que ofrecen y qué les está reportando?**

**J.D.—** En la parte de socios estamos dando un producto, que no se limita a la asistencia en carreteras, hemos ido a una asistencia de la persona, de hecho el lema del club es «nunca estarás solo», porque aspiramos a que el socio esté protegido donde esté, y tenga el servicio que se merece. Hemos trabajado el canal de distribución. No sólo hemos reestructurado y crecido, ampliando nuestra red de ventas, sino que hemos llegado a alianzas estratégicas con *partner* de primer nivel, como la alianza con el Santander o con Bankia, con lo cual, podemos hablar de más de 5.000 puestos de venta. También hemos trabajado en cómo presentar nuestro club ante potenciales clientes. Hoy, el club va mucho más allá de la asistencia en carretera, con esto el año pasado conseguimos captar 30.000 nuevos socios y estamos creciendo en facturación de la cartera desde el mes de marzo del año pasado y desde septiembre llevamos 13.000 socios. La expectativa de crecer otro 50% en cartera de socios es muy razonable.

**T.A.— ¿Cómo valoran la evolución que están teniendo en cuanto al número de socios y qué objetivos se marcan?**

**C.S.—** El negocio nos ha ido muy bien. Los 30.000 nuevos socios prueban que a la gente les gusta más este nuevo modelo, donde ofrecemos un valor añadido. Nos hemos marcado un objetivo para 2015 de 50.000 nuevos socios. También estamos muy contentos porque en el *b2b* hemos tenido un incremento. Hemos ganado muchas nuevas marcas, tanto en renting como entre fabricantes y aseguradoras. Ahora tenemos una compañía mucho más sólida, más enfocada, con un producto que atrae y nos hemos marcado el objetivo de llegar a 500.000 socios en cinco años. Al ritmo que vamos, quizá haya que poner un nuevo plazo.

**T.A.— ¿Qué porcentaje de esos 30.000 socios que se han vinculado son socios que se habían marchado?**

**C.S.—** Es un porcentaje bajo, porque hemos cambiado el enfoque. En estos años de no gestión, nos habíamos desenfocado, y la calidad del socio no era buena, porque teníamos socios que no sabían que lo eran, que lo tenían a través de alguna póliza de seguro. Ahora, hemos multiplicado nuestra cuota media de socio por más de dos veces. Además, queremos tener socios que crean que damos un valor, que se queden con nosotros. El enfoque de a quién atraemos ahora es distinto y el nivel de retención de estos socios es mayor. Prácticamente, no hemos tenido caída, porque ven que el RACE añade valor y tiene sentido hacerse socio. Es verdad que en el RACE hay unos 200.000 socios que tienen una antigüedad de más de 20 años, pero, en el resto teníamos una rotación altísima y con una perspectiva de caída. Le hemos dado la vuelta a esto y, por lo bien que nos ha ido en los resultados económicos de este año, queremos creer que estamos en el buen camino.



# Jorge F. Delgado

«Se ha pasado de un ERE a luchar por batir el récord de facturación»

Director general del Real Automóvil Club de España (RACE)

**T.A.— ¿Cómo funciona la línea del negocio de empresas?**

**J.D.—** En la segunda línea, el *b2b*, donde somos, probablemente detrás de Mapfre, la compañía de asistencia en carretera más grande de este país, tenemos grandes aseguradoras, todas las primeras marcas de rent a car, la mayor parte de las primeras marcas de renting y leasing y el 80% de los fabricantes. Podemos decir que, probablemente, tenemos la mejor asistencia de España al precio más asequible, eso nos ha permitido ganar más marcas en el último año. También hemos empezado a trabajar con grandes corredores en vender la asistencia directamente y esto nos ha permitido crecer un 3,5% en facturación el año pasado y en margen bruto casi un 50%. Esto, después de 13 o 14 años de caída, viniendo de un ERE muy complicado, es un enorme mérito de toda la organización, sobre todo porque no hemos reducido nuestros costes, sino ofrecido más servicios a nuestros socios y clientes. 2014 fue un buen primer paso y en 2015 creo que la facturación, al cierre de febrero, aumentará un 17% con respecto al año pasado.

**C.S.—** Según el presupuesto, terminaremos el año por encima de 100 millones de facturación. Sería la cifra más alta que el RACE ha tenido en su historia.

**T.A.— ¿Cuál ha sido la evolución del negocio del RACE?**

**C.S.—** La evolución ha sido fantástica, porque todo el negocio nos ha ido muy bien y eso nos ha permitido reinvertir. Hemos tenido que arreglar la casa, porque en algunas áreas no éramos tan eficientes. Hicimos un ERE hace dos años, que fue muy costoso desde el punto de vista humano, más que financiero, pero que había que hacerlo para competir.

Hemos experimentado una transformación fundamental, el grupo empresarial hoy puede presumir de ser una empresa al uso, se rige por conceptos de empresa, hay presupuestos, hay objetivos, evaluaciones, hemos cambiado el equipo directivo. Hemos reestructurado la compañía

de una forma profesional, ahora nos preocupa cada una de las líneas de la cuenta de resultados.

**T.A.— ¿Han conseguido cerrar con beneficios el año pasado?**

**J.D.—** El Ebitda del grupo consolidado del año pasado está en el entorno de los 3,5 millones.

**C.S.—** Han sido siempre resultados positivos y siempre de siete dígitos. Llevamos un registro de tres años consecutivos ganando y subiendo, y el objetivo para este año, llegando a los cien millones, es todavía mucho más alto.

**T.A.— ¿Manejan índices de satisfacción del cliente?**

**J.D.—** Estamos en el entorno del nueve sobre 10. Los socios que se van del RACE nos dan un 7,2.

**T.A.— ¿Qué capital humano tienen?**

**J.D.—** Todo el grupo debemos estar, en las temporadas pico, en el entorno de los 1.000 y en las temporadas valle, en las 770 personas.

**T.A.— ¿El crecimiento de la actividad va a suponer un aumento de los puestos de trabajo?**

**J.D.—** En enero contratamos a 58 personas.  
**C.S.—** Es muy dinámico. Tenemos optimizados nuestros recursos. La contratación es muy dependiente de la actividad. Tenemos una logística muy difícil y ahí se te va el dinero y o lo tienes bien aquilatado y estructurado o tienes problemas. Cada vez que hay un incremento de cuentas y de actividad, tenemos que reforzar la plantilla, porque, en teoría, está ajustada. El año pasado, lo cerramos en positivo de contratación y este año, seguirá aumentando.

**T.A.— En la negociación que mantuvieron con los trabajadores en el nuevo convenio colectivo una de las patas era que si se creaban nuevas sociedades se mantuvieran las condiciones del convenio...**

**J.D.—** El miedo es muy humano, pero nuestros sectores de asistencia tienen un nivel de calidad y de profesionalidad que nos permite ser la mejor asistencia en carretera. Entiendo que haya preocupación desde la parte sindical, pero si creamos nuevas sociedades será porque haya nuevos negocios.

Se ha pasado de hacer un ERE a luchar por batir el récord de facturación de la compañía. Esto sólo es posible cuando tienes una ecuación ganadora, con el compromiso del consejo de reinvertir, un plan de desarrollo de negocio potente y el compromiso de una plantilla de seguir dando el mejor servicio.

**C.S.—** Cualquier sociedad será cien por cien RACE. Además, los que más valoran la reestructuración son los trabajadores, porque mucha gente era consciente de que en el RACE antes gestionábamos la agonía y ahora es una empresa con futuro.

**T.A.— Finalmente, ¿han aprobado el convenio?**

**J.D.—** La plantilla ha votado y ha refrendado el convenio para tres años.

**T.A.— ¿Externalizan alguno de los servicios que ofrecen?**

**J.D.—** No externalizamos absolutamente ninguno de los servicios que prestamos a nuestros socios. Tenemos unos 350 teleoperadores en tres plataformas, dos en Madrid, una en Córdoba y otra de atención al cliente. Son empleados de la casa, porque la calidad de servicio está en que la gente viva los colores del RACE y el ahorro está en tener gente con experiencia y eso no se puede subcontratar.

**T.A.— ¿Cuál es el parque rodante del RACE?**

**J.D.—** Ahora tenemos unos 2.800 en asistencia en carretera y 4.000 si incluimos a los asociados de asistencia personal.

**T.A.— ¿Tienen talleres propios?**

**J.D.—** Talleres propios, no. Tenemos coches-taller. Nuestra asistencia procura resolver el problema en el momento y no hacer un arrastre porque sí. Hoy, resolvemos el 5% de las averías telefónicamente, el otro 45% de manera inmediata en nuestros coches-taller, y el resto se remonta al taller.

**T.A.— ¿Les interesaría tener la mecánica como un negocio más?**

**J.D.—** Damos servicio a fabricantes que tienen sus propias redes de posventa, a aseguradoras, que también lo tienen. Lo que hacemos es asegurarnos de que cualquier persona que toca un coche nuestro lo hace en las mejores condiciones posibles. Tenemos un *know how* enormemente importante, que nos permite formar a terceros y acompañar a nuestros clientes y socios.

**T.A.— ¿Cuánto invierten en formación?**

**J.D.—** Este año, fácilmente, sólo para la red externa de talleres, más de 100.000 euros.

**T.A.— ¿Tienen asistencia jurídica?**

**J.D.—** Hacemos unos 200.000 expedientes al año y atendemos cerca de un millón de llamadas.

**T.A.— ¿Por qué le dan tan poca publicidad a eso?**

**J.D.—** El RACE, históricamente, ha sido una compañía de asistencia en carretera. No queremos pasar de vender asistencia en carretera a vender asistencia jurídica. Queremos acompañar al socio. Aunque, tenemos un modelo de socio que es exclusivamente asistencia jurídica.

**T.A.— ¿Cuáles serían sus futuras iniciativas más importantes?**

**Carlos Lancha**, director de Marketing Corporativo del RACE y de Ducit (Observatorio Español de Conductores)

**T.A.— ¿Cómo está funcionando Ducit?**

**Carlos Lancha.—** *Ducit está resultando muy interesante. No deja de ser opinión, pero al menos es algo. Es la encuesta omnibus más grande de España. Hacemos 12.000 encuestas al año. Ahora estamos preparando un tema de velocidad para ver cuál es la posición de la gente respecto a la subida a 130, a la bajada y a la bajada en ciudad.*

**T.A.— ¿Tienen algún estudio del comportamiento del precio del combustible?**

**C.L.—** *Lo que se detecta en cualquier estudio es que hay un desequilibrio bestial entre lo que se recauda del sector y lo que se devuelve. Es una proporción de 20.000 a 400 millones. Y, por ejemplo, hay seis comunidades autónomas que llevan cinco años sin comprar un kilo de asfalto.*

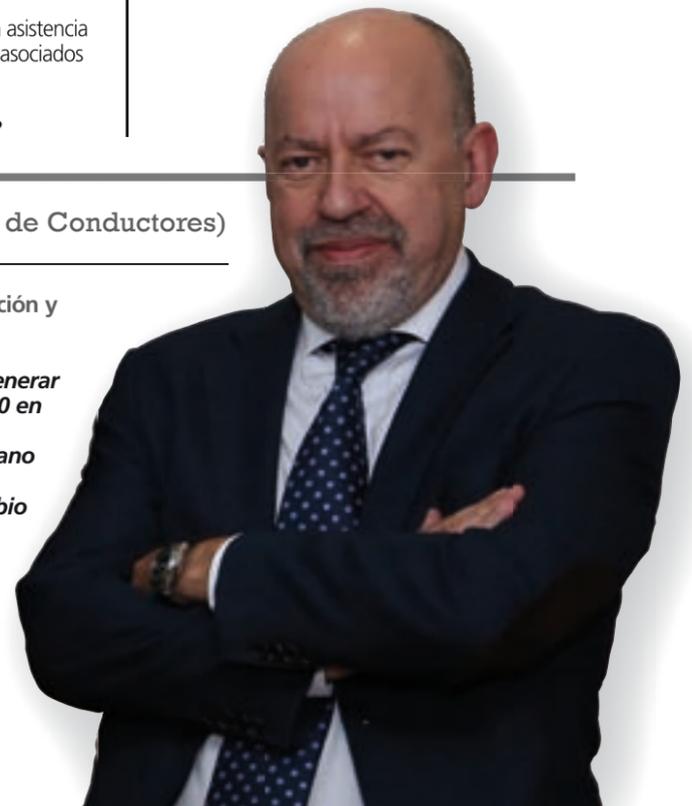
**T.A.— ¿Cómo desempeña el RACE su papel de interlocución y defensa de la automoción frente a la Administración?**

**C.L.—** *Estamos en muchas guerras. El 9 de abril hemos convocado el foro de la velocidad y vamos a intentar generar un discurso social al respecto porque no es lo mismo 130 en una vía de peaje, que 90 en una vía secundaria.*

*Otra guerra es que no puedes poner en el mismo plano impositivo comprarte un yate y cambiar las ruedas del coche. ¿Por qué tiene que tener un 21% de IVA un cambio de neumático? No es un artículo de lujo.*

**T.A.— ¿Van a seguir con su política de informes en colaboración con otros partners?**

**C.L.—** *Hay en marcha algunos donde la cuestión es tratar cualquier tipo de conflicto de intereses. Nunca escribimos ningún informe al dictado.*



**J.D.**— Hay muchas. La cuestión es cómo ir lanzándolas. En el corto plazo, mi mayor preocupación es que los vehículos que estén en la calle estén en las mejores condiciones posibles. Por eso ahora estamos lanzando el certificado RACE. También tenemos la obligación de proporcionar a nuestros socios un portafolio de seguros de auto competitivo y con las mejores coberturas y luego hablaremos del vehículo de segunda mano.

**C.S.**— Cuando estábamos en fase de caída de socios, observamos que los socios a los que asistíamos no se iban, el problema es que nuestra comunicación con el socio que no ha necesitado asistencia no era buena, no interactuábamos.

**T.A.**— ¿Cual es la asignatura pendiente del RACE?

**J.D.**— Nuestra asignatura pendiente es la unidad de seguros y servicios, donde la agregación de la masa de los socios del RACE nos permite obtener condiciones especiales o masa crítica para ofrecer servicios que no estén disponibles para los particulares, para que nuestro socio no sólo vea las ventajas que van incluidas en la tarjeta, sino en todo lo relacionado con el mundo del motor, del viaje, y de estilo de vida.

**T.A.**— Con el menor mantenimiento de los coches, ¿han notado un repunte de la asistencia en carretera?

**J.D.**— Hasta verano de 2013 se veía que en la segunda mitad del mes había menos asistencia y a partir de mayo o junio del 2014, estamos viendo un repunte de siniestralidad importante. Se recorren más kilómetros, con coches más antiguos, peor mantenidos, y con peores infraestructuras. El cocktail es explosivo, por eso estamos reforzando nuestra red de asistencia y nuestros programas de seguridad vial.

**C.S.**— Además, hay una señalización que lleva más de 50 años en la red secundaria, que ya no se ajusta a la legislación en vigor. Es un problema de grandes dimensiones.

**T.A.**— ¿Qué cambios han llevado a cabo en la fundación del RACE?

**C.S.**— La fundación tenía dos áreas de negocio clásicas, que se quedaban cojas: la biblioteca monográfica del automóvil, que es una de las mejores de Europa, y una colección de coches antiguos muy relevante. Pero, también consideramos que es muy importante nuestro rol de interlocución con las Administraciones y como representante de los conductores. Por esto, decidimos mantener la independencia que debería tener un prescriptor y un interlocutor con la Administración y encuadrar esta labor dentro de la fundación. Ahora se ha convertido en la principal actividad de la fundación. Estamos en todos los foros de la Dirección General de Tráfico. El RACE vuelve a tener el rol de liderazgo, que había perdido.

**T.A.**— ¿Qué ejemplos de iniciativas en materia de seguridad vial lleva a cabo la fundación?

**J.D.**— El año pasado cerramos un contrato con Gas Natural para dar formación de seguridad vial a 14.000 empleados en ocho países. Es parte de las iniciativas que hacemos dentro de la fundación para contribuir a reducir la siniestralidad. Defendemos que es la formación y no la sanción lo que se debe trabajar para rebajar la siniestralidad.

**T.A.**— ¿Qué temas tratan con la Administración?

**C.S.**— El tema del eCall ahora ha estado muy en vigor. También, la ampliación del tratamiento del alcohol a la drogadicción, porque el comportamiento de la juventud está más inclinada hacia eso. Otro tema, en el que somos poco exitosos, es la formación real del conductor y la necesidad de que, cada cuatro o cinco años, la gente pase por un reciclaje. Otro problema son las nuevas tecnologías. Manejamos datos escalofriantes del uso del móvil mientras se conduce.

**T.A.**— ¿Forman parte del proyecto del servicio eCall?

**C.S.**— Estamos a favor del eCall. Todo lo que sea una generación electrónica nos hace la vida más feliz.

**J.D.**— Estamos trabajando con las instituciones españolas para ver cuál es el modelo que tiene que haber en España. El eCall implicaría entre uno y dos millones de llamadas a cualquier plataforma. Hay muchos elementos que hay que desarrollar para ponerlo en marcha.

**T.A.**— ¿Cuál cree que es el límite de velocidad máxima ideal para nuestra red?

**C.S.**— Yo la partiría en dos. El RACE apoya una velocidad dinámica, que la velocidad se adapte a las condiciones de señalización y de la ruta. En las autopistas y las de peaje, ha defendido 140 como velocidad, no 130. En las otras es muy variable, porque depende de la ruta y las circunstancias. Por otro lado, la foto global es que todo lleva a evitar el uso del vehículo en las ciudades y estamos en contra.

**T.A.**— Están a favor de que los seminuevos entren en el PIVE...

**J.D.**— Un PIVE que ayude a la venta de vehículos seminuevos, saca de la carretera un vehículo que tiene 10 o 12 años de antigüedad y mete uno de cinco.

**T.A.**— ¿Se lo han transmitido a la Administración?

**C.S.**— La Administración, DGT, está a favor, pero la mayor resistencia está en el fabricante, porque su objeto primario es la venta de coches nuevos. La Administración está a favor, porque muchos de los vehículos implicados en siniestralidad tienen mucha antigüedad, que no tienen medidas de seguridad. Lo ven como una oportunidad para renovar el parque y bajar la siniestralidad. Además, este problema está mucho más agudizado en los industriales, que son los que más kilómetros hacen.

**T.A.**— ¿Qué les parece que no se incluyan los elementos de seguridad como requerimientos del PIVE?

**J.D.**— Al final nuestra prioridad es cubrir la mayor cantidad de consumidores posible, que se acepte el vehículo seminuevo y kilómetro cero, antes que entrar en segundas derivadas de seguridad, porque los coches nuevos ya traen mucha mejor calidad en elementos de seguridad activa y pasiva, que los coches antiguos.

**C.S.**— Hoy no hay fabricante que no incorpore elementos de seguridad. Yo no hipotecaría los PIVE. A mí me vale cualquier PIVE y con cualquier condición, porque es un motor económico de este país de unas dimensiones impresionantes.

**T.A.**— ¿Qué hacen para fomentar la cul-

**tura del automóvil de los españoles?**

**M.D.**— Hemos tenido más de 150.000 alumnos en nuestra escuela de conducción, hacemos comunicaciones quincenales a nuestros socios. El RACE juega un papel importante, pero aún tiene que ser más importante en el futuro.

**T.A.**— ¿Están de acuerdo con la política de sanciones que hay ahora?

**C.S.**— No. Es un afán recaudatorio. Cerca del 80% del presupuesto de la DGT viene de la recaudación de multas.

**T.A.**— ¿Qué decisiones tomaron respecto al circuito del Jarama?

**C.S.**— Desarrollamos el programa Jarama 2021. Entendíamos que estábamos perdiendo la credibilidad del circuito, y su uso para temas deportivos y comerciales. Además, considerábamos que es un factor diferencial para el grupo empresarial. Había que relanzar el circuito, para que fuera útil al sector del automóvil. Aunque tiene muchas limitaciones, desde el punto de vista medioambiental, vimos cómo preservarlo e incrementar la actividad deportiva, con una visión más comercial. Vamos a crear un centro del automóvil dentro del circuito del Jarama y habrá quien venga a competir, o a realizar actividades comerciales, y, en el desarrollo de nuestro rol dentro de la seguridad vial, nos permitirá desarrollar programas para mejorar la siniestralidad.

**T.A.**— ¿Cómo se va a ejecutar el proyecto de rehabilitación del circuito?

**C.S.**— El Plan del Jarama 2021 va en plazo. La fase uno la está haciendo el RACE y la vamos a completar para finales de julio o agosto. Pretendemos generar mucho tráfico al circuito. Si el negocio se cumple, estamos comprometidos con hacer la fase 2, de mejora de la pista, de su asfaltado... La última fase, que es la del museo, es un proyecto más complicado que no podemos acometer solos.

**T.A.**— ¿Cuánto dinero está presupuestado para esta última fase?

**C.S.**— Ocho millones de euros.

**T.A.**— ¿La remodelación del circuito tiene también el objetivo de atraer competición?

**C.S.**— Sí, pero no Fórmula 1. Otra cosa que habíamos perdido eran las motos en el circuito y lo estamos recuperando. Hemos integrado al Real Motoclub de España en el RACE y estamos preparando un producto especial para motoristas.

Yo no hipotecaría los PIVE. A mí me vale cualquier PIVE y con cualquier condición, porque es un motor económico de este país de unas dimensiones impresionantes



## La resurrección del RACE

Inma García Ayuso

**P**epe es socio del RACE desde que tenía 20 años y un 600. Pronto tuvo que cambiar el Pelotilla por una Saba para albergar a una extensa prole, ávida de vacaciones. Más tarde un Nevada, después, un Laguna y recientemente, como a él le gustaba bromear, su penúltimo coche, un Scénic, que la edad nunca le ha permitido conducir.



La historia del RACE en nuestro país es la historia de muchos Pepes que despertaron y maduraron en el mundo del automóvil bajo el cobijo de este club, que no se limitaba a la asistencia en carreteras, sino que fomentaba, educaba y buscaba soluciones a los problemas derivados del uso del automóvil. Es la historia de nuestra propia cultura automovilística, que antes que en cualquier otra institución, tuvo en el RACE el principal valedor de sus intereses.

Pero como las personas, las organizaciones también envejecen y lo que un día tiene sentido, al siguiente pierde toda razón de ser. Mantenerse en estado vigoroso no sólo es una cuestión de suerte, ni de genética, sino que, las más de las veces, depende de la propia voluntad. Así, el RACE pasó por horas bajas, momentos en los que «se gestionaba la agonía». La decrepitud del club debía soportar los envistes de una competencia cada vez más impetuosa y un iracundo malestar interno.

Pero si un organismo tan complejo es difícil de sanar, también es grande el potencial de su fortaleza y así lo ha interpretado Carmelo Sanz de Barros y todo su equipo. Para este madrileño, que llegó al RACE después de llevar más de 20 años siendo socio, como para Churchill, «primero es el trabajo, luego el placer». Y en esta escisión del ocio y el negocio es donde está la madre del cordero de esta nueva etapa del veterano club. El nuevo consejo del RACE, elegido en 2011, determinó priorizar aquello que permitía la continuidad del club, pero sin despreciar sus aspectos lúdicos y sus genes automovilísticos y de salvaguarda de la seguridad vial.

En estos días en los que aún tenemos en el paladar el gusto de las torrijas y olemos las notas del incienso de la resurrección, es fácil recurrir a este símil para entender lo que ha pasado con el centenario club en nuestro país. El nuevo equipo directivo, liderado por Sanz de Barros, ha sabido insuflar al RACE, la energía que esta organización necesitaba y retornarla al reino de los vivos. A su lado, y sosteniendo el aceite de la profesionalización y el hisopo de la rentabilidad, Jorge Delgado, ha culminado esta labor resucitadora en el RACE y el club ahora no sólo respira sin dificultad, sino que se prepara para batir nuevas marcas, porque, a diferencia de las personas, las organizaciones, si se las trata con cariño, nunca mueren, se hacen más fuertes. El RACE aún tiene que seguir acompañando a Pepe y a Lucía y a José Luis y a Carmen y a todas esas personas que día a día confían su vida a este club que va más allá del auto.

# Tipi e z a a s y partes

Suplemento de la industria  
de equipos y componentes  
para automoción

nº 191 • 1ª quincena abril de 2015



La edición de este año ha batido récords de expositores y visitantes

## Motortec 2015: reflejo de la recuperación

**M**otortec 2015 ha dejado un reflejo claro: que el sector de la posventa de automoción en nuestro país se está recuperando de la crisis. La principal feria de talleres, distribuidores, fabricantes de recambios y estaciones de servicio batió todos los récords posibles en la edición de este año, en la que se congregaron 603 empresas con stand, que representaban a 1.117 marcas (+28,6%), y 51.484 visitantes profesionales (+25%), en un total de 29.930 metros cuadrados (+22%).

Como explicó Miguel Aguilar, director de Motortec Automechanika Madrid, el objetivo de este año era que se conociesen los principales problemas y desafíos de los talleres, que participasen cuantos más, mejor y que fuese lo más inclusiva posible. «Los talleres tenían ganas de asistir, querían conocer por dónde pasa el futuro de su sector, familiarizarse con nuevos productos y soluciones para rentabilizar sus negocios y hemos superado con creces el objetivo del millar de profesionales del mantenimiento de reparación de vehículos, cuya asistencia a la Feria incentivaba especialmente», aseguró.

Además, en 2015 Motortec se ha vuelto más internacional en lo que a visitantes y expositores se refiere. Con respecto a 2013, la

participación de la zona europea se incrementó en un 23%, mientras que el Norte de África creció un 21%. Portugal fue el país que más visitantes profesionales extranjeros acumuló, seguido de Italia, Alemania, Francia y Reino Unido. Destaca también la participación de países del Magreb como Marruecos o Argelia, cuya proximidad al área de influencia de la posventa en la Península Ibérica es muy interesante. Por otra parte, el número de expositores

**El objetivo de este año era que se conociesen los principales problemas y desafíos de los talleres, así como posibles soluciones para sus negocios**

foráneos se incrementó un 150%, pasando de 74 stands de 17 países en 2013, a los 183 stands de 21 países de este año. Los 420 expositores restantes fueron españoles, con un incremento del 6,3%.

La Feria, por tanto, ha sido valorada como muy satisfactoria por el comité organizador. «El sector de la posventa de automoción se caracteriza por su especial dinamismo, incluso en los peores años de la crisis, de manera que ahora que se está produciendo una clara



Motortec ha tenido más visitantes que nunca.

recuperación, es estupendo comprobar que el Salón ha sido un claro reflejo y un importante estímulo de la positiva evolución que está experimentando el mercado», manifestó Miguel Ángel Cuerno, presidente de Ancera y presidente del comité organizador de la feria.

### Volcados en el taller

En este contexto, Motortec 2015 ha sido el escenario de numerosas presentaciones

relacionadas con el taller: desde la obtención de presupuestos de reparaciones con aplicaciones digitales, hasta la situación de estos centros en el horizonte 2020, pasando por las 10 claves para trabajar con una compañía aseguradora. En total, más de 30 presentaciones y otras novedades de empresas como Brembo, TAB Batteries o Fersa y asociaciones como Sernauto, que aprovechó la ocasión para mostrar el recorrido y el futuro de la plataforma de I+D M2F, que comparte con Anfac, ITS España y la Fundación CIE, para «servir de instrumento de desarrollo y seguimiento de iniciativas entre los diferentes actores implicados en la cadena de innovación del sector en España, para crear una cultura de innovación y una línea de trabajo común con el fin de aumentar la competitividad de las empresas».

La pinza, diseñada para vehículos superdeportivos, combina mecánica, electrónica e informática

## Brembo presentó la pinza Extreme, adalid de mecatrónica

**L**a italiana Brembo fue una de las empresas más destacadas en Motortec 2015. El fabricante de sistemas de frenado presentó en la feria madrileña la nueva pinza Extreme, que fue premiada en la Galería de Innovación de Motortec, en la categoría Componentes Mecánicos. Se trata de una pinza diseñada para vehículos superdeportivos que representa la idea de *mecatrónica*, la combinación de mecánica, electrónica e informática que caracteriza al fabricante transalpino.

La pinza aúna las funciones de freno trasero y freno de mano y se caracteriza por su ligereza, lo que se traduce en menor consumo y menores

emisiones y también se sobrecalienta menos. Sus prestaciones ayudan a reducir de manera drástica el peso de las masas no suspendidas (más de tres kg) y mejora la sensación al accionar el pedal, con menos potencia absorbida que en modelos anteriores (10% de reducción). Por otra parte, el diseño de la pinza también mejora la ventilación y se reduce la temperatura del líquido de frenos en más de 30°C.

Brembo también aprovechó el escenario de Motortec para presentar su nueva página web, con la que busca acercar su nueva tecnología a sus usuarios y en la que incluye acceso a su programa de formación Brembo Academy y un servicio de ayuda a los talleres.

En otro orden de cosas, Brembo ingresó en 2014 un total de 1.803,3 millones de euros, lo que supone un 15,1% más que en 2013. Su resultado operativo antes de impuestos e intereses ascendió a 178,4 millones de euros (+45%), la deuda financiera neta se redujo en 50,1 millones de euros y el beneficio neto alcanzó los 129,1 millones de euros (+45%).

En este sentido, cabe destacar que el 15% de su presupuesto se destinó a I+D+i, con una mención especial a la inversión de 90 millones de euros realizada en Michigan (Estados Unidos) en una planta de fundición de frenos que no sólo cubrirá el mercado estadounidense, el más importante de la compañía, sino también el mexicano.



Benito Tesier, director general de Brembo en España, durante su exposición.

## Breves

● **Ryme.** El fabricante español de maquinaria para ITV, que cuenta con una fábrica en Burgos con alrededor de 50 empleados, llevó a la feria como novedades en esta área de negocio tres productos: una línea compacta monobloc (bastidor con frenómetro y banco de suspensión), una línea de inspección adaptada a la nueva normativa portuguesa para motos, triciclos y cuadríciclos, y una banco dinamométrico con sistema ASM y opacidad en carga, destinado a Latinoamérica y que permite medir la potencia y los gases al mismo tiempo con el coche rodando. La empresa, en 2015, por otra parte, va a instalar en todos sus nuevos equipos un nuevo *software* y una nueva electrónica.

● **El Grupo Schaeffler.** Lanza un kit para reparaciones de cajas de cambio. La empresa INA, perteneciente al consorcio alemán, ha presentado un maletín en el que se incluyen todos los componentes de la caja de marchas con lo que permite a los talleres realizar reparaciones en este órgano del vehículo. Según fuentes de la empresa alemana, los talleres tienen dificultades para realizar este mantenimiento por lo que en muchas ocasiones tienen que derivar estas reparaciones a los especialistas.

Schaeffler también presentó en sociedad la integración de la empresa Ruville, dedicada a la compra de piezas y a su embalado, en el grupo germano.

La empresa apuesta por los rodamientos integrales para vehículos industriales

## Fersa presenta su Red de Talleres Homologados

ALBERTO G. MOLINERO / MADRID  
**E**l fabricante de rodamientos Fersa Bearings quiere potenciar su marca en España. En los últimos años, esta empresa zaragozana se ha expandido internacionalmente, estableciendo una fábrica en China con apoyo de la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (Cofides).

En este contexto, Fersa presentó en Motortec dos de sus últimos proyectos, el servicio Fersa Care y el sistema integral de rodamientos para vehículos industriales.

El Fersa Care ofrece un paquete de servicios para los talleres que cumplan con los requisitos de calidad de la empresa zaragozana. En concreto, además del propio producto, cuentan con formación presencial sobre el montaje y desmontaje más eficiente de sus componentes, así como con un paquete de herramientas Fersa, que facilitan este proceso y la garantía de sustitución de la pieza de forma gratuita si llega con algún defecto de fábrica.

Adicionalmente, Fersa ha puesto en marcha una red de talleres homologados para aquellos puntos de reparación que alcancen los estándares de calidad que exige la compañía



Fersa fue una de las empresas que más atención atrajo en Motortec.

española. Para ello, además de los servicios del paquete Fersa Care, tendrán una garantía ampliada, que incluye todos los gastos asociados a la rotura de un rodamiento: desde el coste de la grúa, reparación, sustitución de la pieza y el tiempo de parada del camión provocado por el fallo del rodamiento.

### Integración para los bujes

El sistema integral de bujes de rueda es una tecnología que ha presentado Fersa para mejorar el montaje rápido, seguro y eficaz, garantizando una mayor vida útil del rodamiento,

según ha explicado la compañía. Estos rodamientos integrales se utilizarán este mismo año en vehículos comerciales e industriales de Volvo, Daf y Mercedes.

Fersa, que exporta el 98% de su producción en España, tiene previsto aumentar el 30% la capacidad de producción de su planta de Zaragoza, para garantizar su crecimiento tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Además de su fábrica en China, Fersa tiene delegaciones en España, Brasil y, a lo largo de este ejercicio, también en Estados Unidos.

## Breves

● **TomTom Telematics.** En su primera participación en Motortec, TomTom Telematics se presentó con varios objetivos.

Por un lado, mostrar su plataforma de gestión de flotas, Webfleet, y los navegadores Pro8, diseñados para captar perfectamente la información capturada en el terreno con sistemas *back-end* y permitir tomar decisiones basadas en datos tomados en tiempo real.

Por otro lado, como explicó su director comercial Heike de la Horra, los otros motivos de su presencia en la feria era «acompañar a algunos clientes estratégicos, como Reynasa o Impormóvil», y por otro ampliar su canal de distribución, según explicó su director comercial Heike de la Horra.

● **Castrol.** El fabricante británico presentó en Motortec una nueva evolución de su lubricante EDGE reforzado con una fórmula pionera a base de polímeros de titanio solubles (Titanium Fluid Strength Technology). Este nuevo componente modifica físicamente el comportamiento del lubricante bajo presiones extremas, que pueden superar los 10.000 kg por centímetro cuadrado. El nuevo producto, cuya comercialización acaba de arrancar en España, maximiza el rendimiento del motor, reduciendo la fricción hasta un 15%. Asimismo, es hasta un 45% más resistente en la reducción del contacto entre las superficies metálicas, prolongando la vida del propulsor.

El dispositivo, llamado Golo, se mostró en Motortec

## Launch desvela la diagnosis a distancia

P.M. BALLESTEROS / MADRID  
**L**a visita al taller cada vez que se enciende un testigo en el salpicadero del coche ya no será necesaria, con lo que los conductores ahorrarán tiempo. Launch Ibérica ha lanzado Golo, un dispositivo que permite la diagnosis a distancia, entre otras funciones.

Además, también posibilita controlar el coche con el teléfono inteligente, funciona como antirrobo, ya que se puede localizar, y ofrece wifi a los pasajeros del vehículo. Con Golo, Launch pretende crear una especie de red social en la que participen los conductores y los talleres y poder notificar las averías de manera inmediata a los mecánicos. Otra opción que tendrán los propietarios será realizar una autodiagnosis, por lo que ellos mismos podrán comprobar el funcionamiento del coche en todo momento.

De todas formas, Launch lo lanzará con dos opciones, una que sólo permite la diagnosis a distancia y la otra con más funciones.

Aunque el aparato se lanzó con ocasión del salón de componentes y servicios para el taller, ya se había cedido con antelación a varios distribuidores para probarlo, por lo que el sistema, que es compatible con la mayoría de móviles y tabletas, ya está testado.

### Una oportunidad para el taller

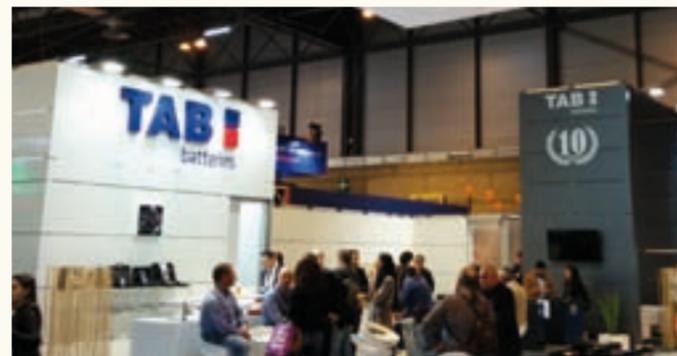
La compañía mostró el sistema en Motortec Automechanika, donde hizo varias pruebas en las que se realizaba la diagnosis a coches que estaban en Madrid o en Barcelona. A la vez, Launch Ibérica realizó jornadas informativas y de formación para los profesionales para mostrar las posibilidades que ofrece «el coche conectado y las oportunidades que ofrece esta tecnología para el taller».

Incorpora las baterías Magic Truck en versión termosellada y sin sellar

## TAB Batteries amplía su gama para industriales

S.A. / MADRID  
**A**provechando el décimo aniversario de su presencia en España, TAB Batteries utilizó Motortec como escaparate de su nueva gama de baterías para vehículos industriales Magic Truck y de la renovada gama de baterías náuticas Ocean.

La colección de baterías Magic Truck cuenta con cuatro modelos (370X, 380X, 381X y 360X) que se presentan tanto en versión sellada como sin sellar. Las primeras, con un sistema de termosellado de doble tapa, destacan por su respeto al medio ambiente al impedir el derrame de electrolito. Estas baterías, de tipo calcio/calcio, utilizan nanotecnología que permiten responder a las necesidades de vehículos con alto consumo de energía, como camiones, gracias al alto rendimiento de arranque en frío y su fiabilidad de potencia. Además, la cubierta SMF proporciona una protección completa ante posibles derrames por vuelcos y no necesita mantenimiento durante toda la vida útil de la batería. Por otra parte, incorporan un indicador de nivel, Magic Eye, con el que se puede comprobar de forma instan-



El stand de Tab Batteries en Motortec 2015.

tánea el estado de la batería. Con respecto a las baterías náuticas Ocean, TAB ha incorporado a su catálogo el modelo Twin, una batería de gel que aúna los sistemas de una batería de arranque y otra de servicio.

En otro orden de cosas, TAB batteries, cuyo décimo aniversario coincide con las bodas de oro de su negocio en Eslovenia y los 350 años de las minas de plomo de Mezica (Eslovenia), también ha impulsado su página web, que ofrece información detallada de

sus productos y sus áreas de trabajo, noticias sobre la empresa y una sección de 20 preguntas frecuentes sobre baterías. Además, recordó las incorporaciones en octubre de Antonio Asensio como director financiero administrativo y Carlos Gutiérrez como director comercial para la división de baterías estacionarias de España, Portugal, Magreb y Latinoamérica, y la de Raúl Pacho como director comercial adjunto, en febrero, gracias a los cuales atisba un 2015 «esperanzador».

Por el descenso de la producción del neumático agrícola en la fábrica de Puente de San Miguel (Cantabria)

## Bridgestone Hispania traslada a 41 trabajadores de PSM a Burgos

**H**ay movimiento en las fábricas de Bridgestone en España. El descenso de la producción del neumático agrícola en la fábrica de Puente de San Miguel (Cantabria) ha forzado a un cambio en los calendarios y en la distribución de la plantilla.

El pasado 24 de marzo, los trabajadores de la planta cántabra, votaron el calendario que llevarán a cabo a partir de ese momento, que pasa de cinco a cuatro turnos. De las tres propuestas que había sobre la mesa, la elegida ha sido la presentada por CC.OO. con 124 votos, que plantea «semanas laborales» de seis días de trabajo y dos de descanso, alternando cada ciclo turnos de mañana, tarde y noche.

Además, esta reducción de la actividad, unida a la necesidad de mano de obra en Burgos, ha forzado a la contratación de 18 empleados eventuales y al traslado de 41 trabajadores de Puente de San Miguel a la fábrica burgalesa, cuyas ventas de neumático de turismo están superando las previsiones en los dos primeros meses del año. Este movimiento de empleados se realizará de forma voluntaria, con lo que



La fábrica de Burgos ampliará su plantilla de forma temporal.

**La fábrica de Burgos ha superado las previsiones de ventas en los dos primeros meses del año y necesita de mano de obra que se cubrirá con este traslado voluntario**

se soluciona el problema de ambas fábricas sin tener que tomar medidas traumáticas.

### Formación del Intercentros

Por otra parte, Bridgestone Hispania ya tiene formado su

Comité Intercentros. La situación estaba bloqueada porque varios sindicatos se oponían a la presencia de un delegado sindical de CC.OO. de la planta de Usánsolo, un centro que ronda la cuarentena de trabajadores

y no tiene el mínimo necesario para constituir un Comité de Empresa. Sin embargo, el convenio de trabajadores recoge que en el Comité Intercentros deben estar representados todos los comités de empresa de la compañía en España.

Finalmente y tras la evaluación del caso por los servicios jurídicos de las diferentes formaciones sindicales, el Comité Intercentros ha salido adelante por mayoría absoluta con 11 votos a favor de los 13 posibles. El organismo ha quedado formado, de forma proporcional a las elecciones sindicales de noviembre, por cuatro miembros de CC.OO., cuatro de UGT, dos de USO, dos de BUB y uno de ELA.

### Michelin sigue parada

Por su parte, Michelin sigue sin formar su Comité Intercentros. Después de que los centros de Vitoria y Lasarte hayan decidido escindirse del mismo, la situación sigue paralizada. Las fábricas mencionadas siguen estudiando sus propias plataformas y el Intercentros aún no se forma. No obstante, es posible que en el mes de abril haya novedades.

Comprará el 26,2% de las acciones de Camfin y realizará una oferta por el resto

## ChemChina compra Pirelli por 7.100 millones de euros

**P**irelli, uno de los mayores símbolos del entramado empresarial italiano, pasará a ser propiedad de la empresa china ChemChina, que pagará unos 7.100 millones de euros para hacerse con el 26,2% del accionariado del fabricante en manos de Camfin y, posteriormente, a priori en verano, realizar una oferta pública de compra

obligatoria para el resto de los accionistas hasta controlar el 50,1% del capital.

### Proyección internacional

El acuerdo, que se comenzó a labrar en noviembre, contempla que Marco Tronchetti Provera, presidente de Pirelli, se mantenga al frente de la compañía durante los próximos cinco años, hasta que ChemChina nombre un sucesor.

La operación, la mayor adquisición de una empresa china en Italia, servirá para que ChemChina pueda tener acceso a neumáticos de alta gama, lo que permite obtener mayores márgenes de beneficio, mientras que Pirelli impulsará su crecimiento en Asia, donde está perdiendo cuota de mercado con respecto a otras marcas internacionales como Michelin o Continental.

El empleo en su centro de I+D ha aumentado un 60% en los últimos tres años

## Ficosa contratará a 75 ingenieros para Viladecavalls

**E**l fabricante de componentes de automoción Ficosa, especializado en sistemas avanzados de seguridad, comunicación y eficiencia, contratará este año a 75 nuevos ingenieros para su centro tecnológico de Viladecavalls (Barcelona), después de que la Comisión Europea diera el visto bueno a la entrada de Panasonic con un 49% en el accionariado de la compañía española.

Ficosa apuesta por la innovación y prueba de ello es que ha aumentado un 60% su plantilla de ingenieros que trabajan en los últimos tres años en Viladecavalls, su principal centro de I+D, donde ya cuenta con 400 ingenieros de un total de 600 repartidos en 13 centros de desarrollo del mundo. Esta voluntad de innovación supuso que el año pasado, el 70% de su facturación proviniera de productos que hace cuatro años no existían y con una inversión anual del 4% sobre sus ventas.

## Philips vende su división de luces led

**L**a empresa electrónica Philips ha vendido su división de componentes led e iluminación de automóviles al fondo tecnológico Go Scale por 2.610 millones de euros.

Se trata de la primera operación de un proyecto a gran escala que tiene planeado Philips: desprenderse del negocio de iluminación mediante su salida a bolsa, para centrarse en tecnología médica y productos de consumo.

### Bang&Olufsen también vende

Por su parte, Bang&Olufsen tiene previsto vender el área de sonido de automóviles a Harman International Industrial, fabricante de la marca JBL, que pagará 145 millones de euros por ella.

«Con el objetivo de reducir la complejidad en Bang&Olufsen y poder focalizarnos en nuestro negocio de artículos de consumo, estamos considerando desprendernos de propiedades que no consideramos imprescindibles», manifestó la compañía en un comunicado.

## Teknia Elorrio logra dos nuevos contratos

**E**l fabricante de componentes de automoción Teknia ha anunciado la adjudicación de dos nuevos proyectos para su planta vasca de Elorrio, la más antigua del grupo español.

En concreto, Teknia Elorrio fabricará para el vehículo comercial ligero Volkswagen Crafter el tubo de refrigeración, mientras que hará el tubo de compresor para Visteon y que irán en dos nuevos modelos de BMW y Volkswagen.

La empresa española se encuentra en pleno proceso de expansión internacional y espera doblar su facturación hasta el año 2017 frente a la lograda en 2013, hasta un total de 400 millones de euros. Además, el beneficio operativo se multiplicará por cuatro en ese mismo periodo y el margen crecerá hasta situarse en un 14,1%. En cuanto al empleo, a pesar de un ligero descenso en 2014 hasta los 1.908 trabajadores, en 2017 esa cifra se habrá doblado.

Su principal cliente es Bosch, que acapara el 12,72% de sus ventas.

## Starglass garantiza su viabilidad en el futuro

**L**a empresa riojana Starglass ha firmado un acuerdo con sus acreedores para financiar su deuda y garantizar su futuro a medio y largo plazo.

El pasado 18 de marzo, Starglass comunicó a los representantes de sus trabajadores que el 80% de las entidades financieras acreedoras habían firmado un convenio de pagos a 17 años que junto con otros compromisos, como una reducción del 10% del salario de los empleados en la fábrica de Logroño, y el despido de 49 trabajadores en Mieres (Asturias), donde Starglass tiene su segunda planta, de los que ya se han producido 23.

Para la consecución de este acuerdo, ha sido fundamental el apoyo del Gobierno de La Rioja, que ha hecho de intermediario y garante de la actividad de la empresa ante los bancos.

Así, Starglass podrá seguir con sus planes de desarrollo, que hacen ser «optimista» a la dirección.

Entrevista - Emanuele Vicentini, brand manager de Autopromotec, feria internacional del sector de equipos y posventa

# Autopromotec superará la barrera del 40% de expositores internacionales

IGNACIO ANASAGASTI / MADRID  
La feria italiana de equipamientos y posventa Autopromotec, que celebrará en Bolonia su vigésimosexta edición entre el 20 y 24 de mayo, va a dar un nuevo paso adelante



en su enfoque de internacionalización, en todos los sentidos. En una entrevista concedida a *La Tribuna de Automoción*, el brand manager del Salón, Emanuele Vicentini, ha declarado que este año la proporción de expositores extranjeros va a superar por primera vez la barrera del 40%, frente al 39% de 2013.

Este crecimiento también se va a ver acompañado de otro relativo al volumen de expositores asistentes. Mientras que hace dos años se congregaron en los pabellones del recinto ferial de Bolonia 1.514 entre italianos y de otras nacionalidades, para la presente edición la última previsión habla de que se superará esa cifra en alrededor de un 10%.

Del total, la presencia española se va a ceñir a alrededor de 30 compañías, según indica Vicentini, lo que supondría mantener los números de la feria precedente. Un mayor

internacionalización se notará, igualmente, en el caso de los visitantes. Por ejemplo, la organización ha anunciado que «gracias a los acuerdos establecidos con diferentes colaboradores institucionales y privados», se va a doblar, por lo menos, la asistencia de delegaciones profesionales de otros países, después de que hayan confirmado, hasta el momento, 24, que provenirán, entre otros lugares, de Estados Unidos, México, Marruecos, Emiratos Árabes, Corea del Sur, Japón, República Checa, Rumanía, Tailandia, Turquía, Argentina y Brasil.

Para organizar todo este despliegue de nacionalidades, muchos de los expositores no italianos estarán agrupados en las denominadas áreas-país. Esto sucederá, por ejemplo, con Argentina y Brasil, unos países que fueron visitados, recientemente, por un equipo de Autopromotec dentro de un *road show* por Sudamérica, así como con Turquía, que estrenará este tipo de espacio, en el que se congregarán cerca de 11 empresas en el pabellón 21.

Contando a todas las delegaciones profesionales, los organizadores del Salón creen que, este año, es «posible» que se supere la cifra de visitantes de 2013, que ascendió a 102.536 personas. Ese

aumento se experimentará «especialmente entre los extranjeros», que hace dos años sumaron 18.942 efectivos.

## Iniciativas especiales

A pesar del previsible aumento tanto de expositores como de visitantes, la feria va a mantener «más o menos» la misma superficie de 2013, con alrededor de 156.000 metros cuadrados. Según explica el brand manager de Autopromotec, en la presente edición «se ha perdido una zona exterior», pero, por el contrario, se ha ganado otro pabellón.

Entre la oferta de expositores, este año va a tener un protagonismo especial el sector del vehículo industrial en la doble vertiente del mantenimiento y de la asistencia, con una iniciativa comunicativa, que se concretará en la celebración de una serie de encuentros para analizar los principales problemas a los que se enfrentan las empresas del ramo, y en la elaboración de un catálogo con los productos expuestos. «Ha tenido mucho éxito desde que se implantó en 2011. Muchos nos han animado a que la repitamos este año y eso hemos hecho», destaca Vicentini.

Aparte de esta iniciativa, otra que se organizará con carácter

especial será una dedicada a las tecnologías de suministro de combustible en las estaciones de servicio y a los productos de limpieza y cuidado del vehículo. Dentro de esta temática, se prestará atención a las fuentes alternativas de energía para motores híbridos, eléctricos y de gas.

## Espacio para la conectividad

Autopromotec, como parte de su apuesta formativa, coincide desde hace cinco ediciones con un Encuentro Internacional de Posventa (IAAM), que abrirá la segunda jornada de la feria. «Este año se analizará el tema de la conectividad y todas las tecnologías que intervienen en ella, algo que cada día está ganando más protagonismo», apunta Vicentini, quien matiza que «se verán, desde el punto de vista de la posventa, todas las oportunidades y retos que se están presentando».

El foro, que será moderado por el director de Posventa de la Asociación Europea de Componentes (Clepa), Josef Frank, contará con la participación del director asociado de la consultora ICDP Italia, Luca Montagner; el consejero sénior de Clepa, Wolfgang Meyer; y el director de Posventa de Bosch Italia, Alberto Bernini, entre otros.

En la presente edición de la feria, está previsto que aumente un 10% el número de expositores respecto a 2013, cuando se registraron 1.514. La presencia española rondará las 30 empresas

Se aprueba un plan que mantiene la actividad, al menos, hasta 2016

## Faurecia Burlada logra una prórroga de dos años

A.G.M. / MADRID  
La actividad en la planta que Faurecia y Lear comparten en la localidad navarra de Burlada se mantendrá, al menos, hasta el 31 de diciembre de 2016 gracias a un acuerdo firmado entre la dirección y los trabajadores, que incluye la reducción de la plantilla en un tercio y de la masa salarial de los que queden en un 8%.

Ninguna de las dos medidas será traumática. Más de la mitad de los que saldrán serán prejubilados, a quienes se les pagará 20.000 euros anuales más la seguridad social hasta la edad de jubilación, asegurándoles, como mínimo, el 76% de su pensión. Las recolocaciones serán en su mayoría en Navarra, y los despidos voluntarios, menos de 10, tendrán una indemnización de 40 días y 36 mensualidades, la misma que se ha aprobado para el resto de la plantilla si finalmente cierra la fábrica.

El pacto, impulsado por el sindicato CC.OO., se ha alcanzado cuando parecía

inevitable el cierre inminente, derivado de la pérdida por parte de ambos fabricantes de su principal fuente de ingresos, los rieles de los asientos del futuro Volkswagen Polo, que actualmente supone más del 70% de la facturación para Burlada.

La plantilla, que se quedará en 126 trabajadores, tiene casi dos años para lograr nueva carga de trabajo, la opción más difícil según apuntaron fuentes sindicales, o para convencer a un nuevo inversor que se haga con las instalaciones.

### Apoyo al jefe de RR.HH. en Orkoien

Muy cerca, en la planta navarra de Faurecia en Orkoien, los trabajadores han pedido al ayuntamiento que revoque su decisión de declarar persona *non grata* al jefe de Recursos Humanos de la planta, acusado por LAB de ser responsable del suicidio de una exempleada de la fábrica, que fue despedida hace casi dos años, a pesar de que entonces era este sindicato el que tenía la mayoría en el Comité de Empresa.

Este negocio genera 3.000 millones de dólares anuales para la canadiense

## Magna ofrece su división de Interiores a Antolín

A.G.M. / MADRID  
El fabricante de componentes canadiense, Magna International estaría negociando la venta de su división de Interiores a la española Grupo Antolín, según ha publicado la agencia Bloomberg citando fuentes cercanas a la negociación.

Esta división genera en torno a 3.000 millones de dólares anuales (2.754 millones de euros), por lo que esta noticia podría atraer a otros posibles compradores. Antolín, que ha declinado hacer declaraciones porque no comentan rumores de mercado, podría comprar toda o parte de los Interiores de Magna, siempre según Bloomberg. La empresa canadiense estaría interesada en la venta de esta división para centrarse en los componentes electrónicos, motores y baterías.

Antolín nunca ha descartado hacerse con el negocio de Interiores de alguno de los proveedores globales de componentes para reforzar su posición como uno de los principales fabricantes en esta división del mundo. En esta línea se manifestó el actual presidente del grupo burgalés, Ernest

to Antolín en una entrevista con *La Tribuna de Automoción* en diciembre de 2013.

Según ha publicado *Automotive News*, Antolín estaba interesado en incrementar sus ventas en las unidades de negocio de Puertas e Iluminación, pero la competencia para lograrlo va a ser dura. En esta misma entrevista, Antolín explicó que habrá un máximo de 10 proveedores de interiores en el futuro, frente a los 50 que hay actualmente y, de ellos, sólo tres o cuatro serán proveedores mundiales clave.

Para lograrlo, Antolín está muy bien posicionado. Es el principal fabricante de Techos del mundo, con una cuota de mercado del 20%, mientras que uno de cada cuatro vehículos que se fabrican en el planeta lleva algún componente del grupo burgalés.

Antolín facturó en 2013 un total de 2,74 millones de euros y posee 125 fábricas en 25 países. Por su parte, Magna es un conglomerado con unas ventas de 33.600 millones de euros, 313 fábricas en 28 países. Dentro de la división de interiores destaca en Asientos, Puertas e Iluminación.

GM reestructura su negocio en el país euroasiático y sacará de ese mercado a la marca alemana a finales de 2015

# Opel saldrá de Rusia y Chevrolet acotará su oferta a modelos icónicos

ÓSCAR VILANOVA / MADRID

La escasa capacidad de General Motors (GM) para adaptarse a la volatilidad del mercado ruso, a los gustos de los consumidores y a la debilidad del rublo ha motivado que el consorcio americano haya decidido reestructurar su modelo de negocio en el país euroasiático. En este sentido, las primeras decisiones de la compañía pasan por eliminar la presencia de Opel en Rusia, que abandonará la nación en diciembre, y por limitar la oferta de Chevrolet a sus modelos más representativos: Corvette, Camaro y Tahoe, concretamente, que, junto con Cadillac, serán los únicos representantes de GM en el Estado eslavo. A consecuencia de ello, gran parte de las esperanzas del consorcio para reconducir su situación en Rusia recaen sobre Cadillac, que pretende sentar las bases de un futuro crecimiento mediante el lanzamiento de nuevos modelos.

Asimismo, el fabricante ha anunciado que parará la producción de su planta, situada en San Petersburgo, a mediados del presente año. Sin embargo, la *joint venture* de GM con AvtoVaz seguirá ensamblando y comercializando la actual generación del Chevrolet Niva. A raíz de esta resolución, el grupo americano estima que recibirá un impacto de 545 millones de euros, concentrado principalmente en el primer trimestre de 2015. Estos cargos incluyen incentivos por



Un guardia de seguridad vigila la entrada de la fábrica de General Motors en Rusia, situada a las afueras de San Petersburgo.

A raíz de esta decisión, el consorcio americano estima que recibirá un impacto de 545 millones de euros, concentrado principalmente en el primer trimestre de 2015

venta, reestructuración de distribuidores, cancelaciones de contratos e indemnizaciones por despido.

#### El drama ruso de otras firmas

GM no es el único que ha tomado cartas en el asunto para parar la hemorragia que el país euroasiático está produciendo en sus cuentas. A este respecto, destaca la determinación de marcas como Nissan, que ha parado la producción du-

rante 16 días; de PSA y Mitsubishi, que detendrán su fabricación por segunda vez en 2015; VW, que reducirá turnos y despedirá a 150 trabajadores; o SsangYong, que suspenderá las exportaciones.

#### Medidas revitalizadoras

Con el fin de restaurar la salud de su debilitada industria automovilística, el Ejecutivo ruso ha instaurado una serie de medidas. En primer

lugar, y según anunció el primer ministro, Dimitri Medvedev, gastará cerca de 400 millones de euros en fondos estatales para subvencionar los intereses de los alquileres de coches, reducir el coste de arrendamiento y financiar las compras adicionales de camiones y vehículos comerciales. En segundo lugar, el Gobierno inyectará aproximadamente 160 millones a los fabricantes en concepto de subsidios.

## Tata realizará una ampliación de capital de 1.117 millones de euros

O.V. / MADRID

Tata Motors ha anunciado que realizará una ampliación de capital, con derecho de suscripción preferente, por valor de 1.117 millones de euros. La compañía india ofrecerá a sus actuales accionistas seis participaciones por cada 109 que éstos posean a un precio de 6,7 euros. Por su parte, a los propietarios de los llamados derechos de voto diferenciales les será ofertado el mismo paquete de acciones y en idéntica proporción, aunque a un precio que rondará los cuatro euros.

El grupo indio también ha comunicado que espera invertir aproximadamente 596 millones de euros cada año en su mercado nacional, durante los próximos dos o tres ejercicios. Asimismo, Tata Motors desembolsará 5.094 millones durante el mismo lapso en el área de desarrollo de producto de Jaguar Land Rover. De hecho, la oferta del citado paquete de acciones servirá para financiar parte de estos planes.

## Volvo invertirá 466 millones de euros en su primera planta en EE.UU.



Producción del S60 y del V60 Polestar en una de las plantas de Volvo.

O.V. / MADRID

Volvo invertirá cerca de 466 millones de euros en construir su primera fábrica en EE.UU. como parte de un ambicioso plan para estimular sus ventas en ese mercado. La compañía sueca estima que la producción se iniciará en 2018 y que la planta contará con una capacidad anual de entre 100.000 y 120.000 unidades. El proyecto se encuentra en un estadio muy avanzado, pues la marca escandinava ya ha entablado conversaciones con tres Estados norteamericanos con el fin de decidir el futuro emplazamiento de la instalación.

Según afirmó el director de fabricación y compras de Volvo, Lars Wrebo, en una entrevista con *Automotive News*, la localización exacta será elegida «en los próximos dos meses». El ejecutivo también sostuvo que la colaboración del Gobierno local en la formación de los trabajadores «será un factor clave en la decisión». Por su parte, el fabricante ha comunicado que la nueva fábrica contribuirá a alcanzar un objetivo clave a medio plazo: vender 100.000 vehículos al año en EE.UU., entre turistas y todoterrenos. Volvo, que vendió 56.366 unidades en suelo americano en 2014, superó esta meta en 2007 cuando comercializó 106.213.

Reducirá un 20% su gasto de producción a gran escala

## Toyota planea grandes ahorros en plantas y en desarrollo de producto

O.V. / MADRID

Toyota planea grandes ahorros en lo que a inversiones en sus fábricas y al desarrollo de producto se refiere, que, junto con mejoras en eficiencia de combustibles, forman parte de una agresiva reestructuración que la compañía nipona quiere poner en marcha este año. Entre los puntos principales de este plan, se encuentra la reducción del 20% en los recursos necesarios para producir a gran escala; así como el uso de piezas comunes que requieren de configuraciones de fabricación de menor complejidad, con las que la marca pretende reducir a la mitad, en comparación con las cifras anteriores a la crisis de 2008, las inversiones necesarias para sacar adelante una nueva línea de producción.

Asimismo, Toyota está trabajando en una nueva generación de motores que contarán con una eficiencia superior al 25%, en comparación con los producidos actualmente, y que otorgarán un

15% más de potencia. El fabricante también ha centrado sus esfuerzos en el desarrollo de nuevas plataformas con mejoras innovadoras, enfocadas a una producción más eficaz de chasis y de suspensiones, entre otros aspectos.

Gracias a estas determinaciones, la marca nipona pretende reducir los costes iniciales de construcción y de equipamiento de nuevas plantas en un 40%, en comparación con 2008. Esto podría verse reflejado en la nueva fábrica de Toyota en México; un proyecto que está pendiente de ser aprobado, aunque la empresa adelantó que espera que el Consejo de Dirección dé luz verde a la edificación, en el mejor de los casos, el próximo mes. Esta planta ensamblará el Corolla aproximadamente en 2019 y supondrá una inversión de más de 920 millones de euros.

#### Nuevas plantas para Ford

Ford abrirá dos nuevas plantas, una en China, la cuarta de la compañía



Un operario supervisa uno de los procesos de producción de un vehículo de Toyota.

La compañía reduciría el coste inicial de construcción y equipamiento de sus nuevas plantas en un 40%

allí, y otra en India, con la que la marca del óvalo triplicará sus exportaciones desde dicha nación. La fábrica de China, que forma parte de un plan de expansión de 4.503 millones, le permitirá a Ford producir 1,2 millones de unidades. Por su parte, la planta india costará alrededor de 918 millones y contará con una cadencia de producción

de 240.000 vehículos y 270.000 motores.

#### Skoda moderniza Kvasiny

Skoda invertirá 261 millones en su planta de Kvasiny (República Checa). La marca estima que creará 1.300 empleos hasta 2018 y que ampliará la capacidad de producción a las 280.000 unidades.

## Un tribunal sueco aprueba el plan de Saab para pagar a sus acreedores

O.V. / MADRID

La audiencia de Vänersborg (Suecia) ha admitido el plan de National Electric Vehicle Sweden (NEVS), dueña de Saab, para abonar sus deudas a los acreedores y proseguir con el proceso de reconstrucción. El acuerdo, respaldado por la mayoría de los acreedores, establece que NEVS pagará la totalidad de las deudas hasta los 53.500 euros, y la mitad de lo que rebase esa cifra. El presidente de NEVS, Mattias Bergman, afirmó que la sentencia del tribunal facilitará a la compañía la firma de «acuerdos comercialmente viables» con los socios financieros con los que negocia desde hace meses.

Esta corte ya prolongó hasta mayo el procedimiento concursal de NEVS, gracias a su buena sintonía con los acreedores y a un acuerdo, por entonces aún en ciernes, con un inversor, cuya identidad no ha sido revelada por una cláusula de confidencialidad. No obstante, varios medios suecos adelantaron que en las negociaciones estaban tanto Dongfeng como Mahindra. La planta de Saab en Trollhättan, Suecia, lleva parada desde abril de 2014 por una falta de liquidez, derivada de los incumplimientos contractuales de un inversor chino; razón que esgrimió la marca para despedir a 200 trabajadores, más de un tercio de su plantilla actual.

El país oriental ha reparado un 70% de los vehículos afectados, por el 12% que han sido arreglados en el americano

# Japón, por delante de EE.UU. en el reemplazo de los «airbag» de Takata



Una mujer pasa junto a un stand de Takata durante una feria de seguridad en Japón.

ÓSCAR VILANOVA / MADRID

Mientras los fabricantes lidian con los consumidores estadounidenses para solucionar el problema que los potencialmente mortales *airbag* de Takata representan, las llamadas a revisión en Japón reciben una mejor respuesta, pues, no en vano, más de dos tercios del total de vehículos afectados ya han sido reparados. No obstante, cabe señalar que la magnitud del problema en

el País del Sol Naciente es menor en comparación con el volumen de vehículos afectados en suelo norteamericano.

En concreto, cerca de 3,05 millones de coches han sido llamados a revisión en la nación oriental para reemplazar los defectuosos dispositivos de seguridad. De esta cantidad, han sido reparados 2,13 millones (casi un 70%) hasta finales de febrero, según publicó el pe-

riódico nipón *Nikkei Business Daily*. Por contra, en EE.UU., sólo una parte de los 17 millones de vehículos afectados han sido llamados a revisión y, al menos hasta finales de febrero, menos de dos millones han sido arreglados —menos del 12% del total—.

La disparidad de estas cifras refleja las diferencias entre ambas naciones en lo que a legislación y a comportamientos se refiere. Por un lado, los consumidores japone-

publicitarias en las que ruega a los consumidores que tomen medidas. Además, Honda, el mayor cliente de Takata, ha decidido finalmente contratar a Exponent, una empresa consultora de ingeniería afincada en EE.UU., para investigar las causas de la rotura de los *airbag*.

Anteriormente, un grupo de 10 fabricantes, liderados por Toyota y entre los que se incluye Honda, había encargado a otra firma de ingenieros, Orbital ATK, que indagara

En Japón, hay 3,05 millones de coches afectados y se han reparado 2,13.

Mientras, en EE.UU., se han arreglado dos millones de los 17 implicados

ses tienden a ser más concienzudos en lo que respecta a las llamadas a revisión; por otro, el parque automovilístico en Japón cuenta con coches más nuevos que el norteamericano —ocho años de media tiene el nipón, por los 11 de EE.UU.—.

### La reacción de Honda

Ante la mala marcha de las reparaciones en EE.UU., la marca nipona ha lanzado varias campañas

en la raíz del mal funcionamiento de dichos sistemas de seguridad. Por último, la compañía japonesa ha ampliado la lista de vehículos a revisar en 104.871 unidades.

### Denuncias a Takata en Canadá

Takata ha recibido tres denuncias en Ontario, Canadá, que le reclaman unas indemnizaciones conjuntas por valor de 1.772 millones de euros, según confirmó la empresa.

El consorcio invertirá 1.000 millones de euros este año en una de sus fábricas clave

## Daimler actualizará su planta de motores y cajas de Stuttgart



Empleados montan motores en Untertürkheim (Alemania).

O.V. / MADRID

El consorcio teutón, Daimler, invertirá miles de millones de euros durante los próximos años en modernizar su fábrica de Untertürkheim, situada a las afueras de Stuttgart, al sur de Alemania.

La planta, que ensambla motores eficientes, transmisiones y ejes para Mercedes, está situada cerca de la sede de Daimler y es una de las más importantes para la compañía; por ello, sólo durante este año, pretende

Las medidas acordadas con los representantes sindicales incluyen el mantenimiento del empleo actual y el ahorro en costes

invertir 1.000 millones de euros en iniciar la actualización de su equipamiento.

Las medidas acordadas con los representantes sindicales de la instalación incluyen el mantenimiento de su fuerza laboral actual —la planta cuenta con 18.700 empleados— y el ahorro en costes «de cientos de millones de euros hasta 2020», según anunció el grupo en un comunicado.

### BAIC, a ahondar en su colaboración con Daimler

BAIC pretende profundizar en la cooperación que mantiene con Daimler. Con este fin, el fabricante chino adquirirá un 35% de participación en la firma de leasing de Mercedes. Así pues, y para hacer frente al desembolso que supondrá esta compra, BAIC planea llevar a cabo una ampliación de capital.

En principio, está previsto que este acuerdo, que aún está pendiente de ser aprobado por la autoridades pertinentes, se lleve a cabo al final del segundo trimestre o al comienzo del tercero. Mercedes Benz Leasing nació en 2012 como la primera firma que alquilaba vehículos en China. En 2014, uno de cada cuatro coches que vendió Daimler allí fue financiado de esta forma.

Alcanzaría en menos tiempo el margen operativo previsto

## PSA podría adelantar su recuperación



El director financiero de PSA Peugeot Citroën, Jean-Baptiste de Chatillon.

O.V. / MADRID

PSA podría alcanzar su objetivo de recuperación antes de lo previsto, según anunció su director financiero, Jean-Baptiste de Chatillon. Para el ejecutivo, «PSA irá en pos del objetivo de margen operativo tan pronto como sea posible».

De Chatillon informó de que la depreciación del euro y el abaratamiento de las materias primas constituyen una ventaja a la hora de alcanzar la meta fijada, el año pasado,

para restaurar la rentabilidad de su división automovilística, situándola en un margen del 2% en 2018.

Este objetivo es el epicentro del plan Back in the Race, ideado por el consejero delegado del grupo, Carlos Tavares, quien estableció entre sus prioridades el recorte en inventario, en costes de producción y en la gama de modelos, después de que PSA registrara unas pérdidas de 3.000 millones de euros el año pasado.

La nueva identidad se basa tanto en aspectos exteriores como interiores y de servicio, y está previsto que se extienda a toda la red en 2016

# Seat inaugura su nueva imagen corporativa en el concesionario Automoción Toledo

SANTIAGO ANTÓN / MADRID

La actividad y el movimiento en las empresas demuestra que éstas están vivas. Y eso es lo que ha querido dejar claro Seat con su nueva identidad corporativa, creada para que el cliente constate la evolución de la marca y como un paso más en la línea de la renovación de su gama de vehículos. Esta nueva imagen incorpora elementos exteriores, interiores y de servicio y está previsto que esté presente en toda la red para cuando el nuevo SUV compacto de la marca se ponga a la venta, esto es, a priori, en el verano de 2016.

En lo que a la remodelación exterior se refiere, Seat ha cubierto su fachada de un color gris antracita que contrasta con el marco en color blanco que contiene el nombre y el nuevo logo de la marca. Un gran cambio con respecto a sus antiguos concesionarios, en los que primaban los muros acristalados o los colores claros, al estilo del Grupo Volkswagen, y con el que se quiere conseguir una gran visibilidad y reconocimiento.

## Interior diáfano y cercano

En el interior, todo gira en torno a la diagonal que está presente en el logo de la compañía. Desde la entrada hasta la distribución interior se basa en esta línea de 17 grados, dando acceso a un espacio diáfano en el que se dan cabida todos los servicios del concesionario. Los departamentos de Venta y Posventa, la exposición, la sala de espera, los asesores de servicio, etc. todas y cada una de las actividades que se llevan a cabo en las instalaciones confluyen en la misma sala para que el cliente los perciba como las distintas partes de un mismo proceso que no es otro que la relación entre la marca y sus clientes, que abarca desde que éste entra en el concesionario para informarse por un coche hasta que lo compra y acude al centro para realizar los mantenimientos y reparaciones correspondientes.

En este espacio común predominan los colores blanco, rojo y gris característicos de la marca con otros secundarios como naranjas o verdes, buscando calidez y cercanía, como se ha hecho con otros elementos como fotografías de familias en las paredes, una zona con juegos para niños y elementos de entretenimiento como un futbolín.

Sin embargo la compañía reserva estos cambios internos a los nuevos conce-



La fachada destaca por el contraste entre el fondo y el logo, muy visible.



En el interior los dtos. de Ventas, Posventa y Asesoría de Servicio comparten espacio.



Los talleres oficiales disponen ahora de recepción activa para dar más transparencia al cliente.

**El exterior destaca por el contraste del gris antracita con el blanco del marco del logo, mientras que el interior es diáfano y en él confluyen todos los departamentos**

sionarios que se abran a partir de ahora. Aquellos que ya operan sólo tendrán que cambiar la imagen exterior.

Con estos cambios, la marca ha aprovechado para incluir en sus talleres el servicio de recepción activa, que consiste en examinar el vehículo junto con el cliente

cuando éste trae el vehículo al taller antes de recepcionarlo.

## Automoción Toledo, el primero

El primer concesionario que incorpora todos estos cambios es el concesionario Automoción Toledo, ubicado en la localidad de Ollas del

Rey. Inaugurado en agosto de 2014, este centro cuenta con una superficie de 1.550 metros cuadrados entre exposición, taller y patio, y una plantilla de 12 trabajadores, entre los que se encuentra el equipo directivo, compuesto por tres mujeres a la cabeza de los departamentos de Ventas, Posventa y Financiación.

Después de Automoción Toledo, los 128 concesionarios de Seat tendrán que cambiar su imagen antes del verano de 2016, cuando está previsto que se lance al mercado el nuevo SUV compacto. Para llevar a cabo estos cambios, los concesionarios contarán con la ayuda de la marca, que pagará parte de la remodelación. En cualquier caso, Seat ha querido hacer un cambio de imagen sostenible, fácil de llevar a cabo y económico.

El ratio entre vehículos de ocasión y vehículos nuevos se reduce de 2,1 a 1,9 y el parque de segunda mano rejuvenece

## Las ventas de vehículos de ocasión crecen un 14,7% hasta febrero

S.A. / MADRID

En lo que va de año, las ventas de turismos y todoterrenos de segunda mano han crecido un 14,7%, situándose en las 291.749 unidades hasta febrero, según datos del Instituto de Estudios de Automoción (IEA) para la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor (Ganvam), que representa a 4.600 concesionarios/

servicios oficiales y 3.000 compraventas.

De estas ventas, el canal profesional sigue aumentando su cuota con respecto a la venta entre particulares, que ha caído un 5,5% en los dos primeros meses del año. Así, las ventas en concesionarios han crecido un 31,5% en lo que va de 2015, aunque el 57,2% de estas operaciones sigue ha-

ciéndose en la esfera privada.

## Se reduce el ratio V.N.-V.O.

Además, la relación entre vehículos nuevos y vehículos de ocasión se ha reducido en 2015. Hoy en día se venden 1,9 coches usados por cada nuevo que se compran, cuando el año pasado la cifra era de 2,1 de ocasión por cada nuevo. Y esto se debe «no a la pérdida de fuelle del mercado de segunda mano,

sino al buen ritmo de las matriculaciones que marcan ya un año y medio de subidas consecutivas», según explica Ganvam.

## Rejuvenecimiento

Por otra parte, los vehículos de entre tres y cinco años aumentaron un 61,7% hasta febrero, gracias, sobre todo, a la renovación de las flotas de empresas.

## Kia relanza su programa de V.O. Kia Okasión

S.A. / MADRID

La firma surcoreana Kia ha relanzado una versión mejorada de su programa Kia Okasión, cuyos vehículos contarán ahora con una garantía de entre tres y seis años.

El programa, que cuenta con más de 60 concesionarios adheridos, ofrece coches de la gama de la marca surcoreana certificados tras superar una inspección de 105 puntos siguiendo los estándares de calidad de Kia Motors Iberia. Además, Kia Okasión ofrece a sus clientes asistencia en carretera 24 horas y garantía de cambio de coche.

## Vulco amplía su red con 34 centros de Sadeco

S.A. / MADRID

La red de talleres Vulco, abanderada por Goodyear-Dunlop, ha firmado un acuerdo con el Grupo Sadeco para integrar 34 centros suyos de Madrid, Toledo, Valladolid, Segovia y Cuenca a su red.

De esta forma, Vulco alcanza 248 centros en España, a los que hay que añadir 34 en Portugal y uno en Andorra para sumar un total de 283 talleres de reparación, especializados en distribución de neumáticos y mecánica rápida.

«La demostrada profesionalidad de los centros del Grupo Sadeco supone un refuerzo de los valores de profesionalización y calidad de servicio que definen a los talleres de la red Vulco», ha declarado Alberto Villarreal, director de la red Vulco.

### Euromaster, con el V.I.

Por otra parte, la red de talleres Euromaster, de Michelin, ha presentado su oferta de servicios de mecánica rápida para vehículos industriales. España será el primer país de Europa que la incorpore.

Se ofrecerá sustitución de las piezas de mayor desgaste, como bombas neumáticas, amortiguadores o frenos, además de una revisión de 10 puntos a cualquier V.I. que visite un centro Euromaster y también en el domicilio del transportista.

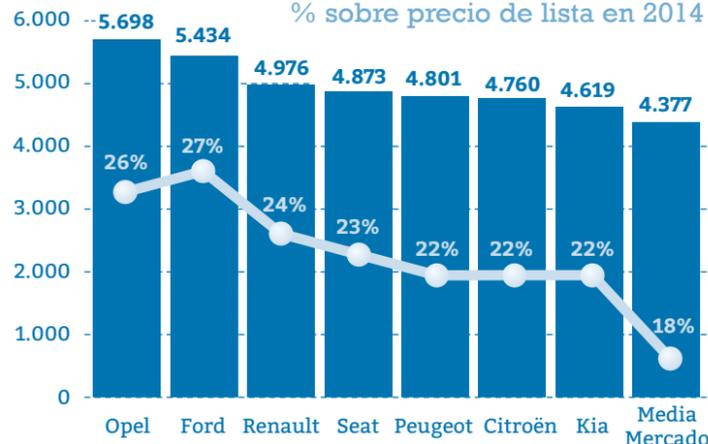
En el futuro, la red tiene previsto profundizar en el desarrollo de esta actividad.

El descuento medio por la compra de coche nuevo en España alcanzó los 4.377 euros, un 7% más que en 2013

# Opel y Ford, las marcas que mayores promociones ofrecieron en 2014

Descuento medio de las marcas en España

Beneficio promocional medio en euros y % sobre precio de lista en 2014



FUENTE: PROMOCAR.

ALBERTO GUTIÉRREZ MOLINERO / MADRID

En 2014, el descuento medio obtenido por los compradores de un coche nuevo alcanzó los 4.377 euros, lo que supuso un crecimiento del 7% con respecto a 2013, según datos de PomoCAR, de la consultora TNS.

Se trata de una cifra elevada, un 63% superior a la media europea, si bien el incremento registrado el pasado año es el menor

de los últimos años e incluso este proceso podría revertirse incluso este mismo año. Según TNS, el 65% de los automovilistas cree que este año los precios de los coches se mantendrán, mientras que un 10% opina que subirán, cuatro puntos más que el año pasado.

En este contexto, Opel fue, un año más, la marca que hizo un mayor esfuerzo promocional en nuestro país con un total de 5.698

euros, lo que supone un incremento del 8%, hasta situarse en el 26% sobre el precio de lista.

Según ha explicado a *La Tribuna de Automoción* el director general comercial de General Motors en España, Enrico de Lorenzi, la razón fundamental ha sido un cambio de estrategia en su política comercial, basada no tanto en el descuento directo, sino en ofrecer un mayor equipamiento por el mismo precio. Esto ha ocurrido,

man parte del plan Drive!2022. Con este programa, la marca alemana pretende lanzar hasta 2018 un total de 27 nuevos modelos y 17 nuevas motorizaciones.

Parece que Opel no es la única marca que ha seguido esta política de ventas durante el último año. De hecho, las promociones relacionadas con una mejora del equipamiento crecieron cuatro puntos hasta alcanzar el 11%, mientras que el descuento directo

El año pasado crecieron cuatro puntos porcentuales las promociones relacionadas con una mejora del equipamiento

por ejemplo con el cambio generacional del modelo más vendido de la marca en España, el Opel Corsa, que durante el año pasado agotó las últimas unidades de su cuarta generación, entregando coches de gama más alta y mejor equipados de lo que era habitual.

Esta estrategia se ha mantenido con el nuevo Corsa, igual que con los modelos que llegarán este año, el Karl y el Astra, y que for-

ha caído un punto, hasta el 86%.

Por su parte, Ford se situó el año pasado como la segunda marca que más descuentos hizo en España, hasta los 5.434 euros, un 10% más que el año pasado. En dos años, la marca estadounidense ha incrementado su esfuerzo promocional un 54% hasta situarse como la que mayor porcentaje realiza sobre el precio de lista, un 27%.

Arabauto, nuevo concesionario oficial, busca mejorar la experiencia del cliente

## Renault estrena el concepto Renault Store en Vitoria



Archivo: Imagen de una Renault Store en Francia.

S.A. / MADRID

Renault ha traído a España el concepto de las Renault Stores, con el que quiere mejorar la experiencia del cliente en sus concesionarios mediante la introducción de nuevos servicios en las áreas de Venta y Posventa.

El primer centro en incorporar este modelo, ya existente en Francia, ha sido Arabauto, un nuevo concesionario oficial en Vitoria. Con una superficie de 4.100 metros cuadrados, 1.290 de los cuales están destinados al taller, la dirección

Las instalaciones equipan monitores y tabletas para hacer más amena la espera, un configurador 3D y recepción activa

del centro alavés ha invertido 2,5 millones de euros en adaptarse a la nueva fórmula de la marca del rombo. Así, se ha creado una zona de espera con pantallas en las que se proyectan vídeos de la compañía y tabletas para leer, navegar por internet o jugar y hacer más amena la espera, y también se ha colocado un configurador 3D con el que los clientes pueden personalizar su futuro vehículo con los diferentes modelos, motorizaciones, colores o acabados.

Además de estas aplicaciones, Arabauto adopta también el servicio de recepción activa en sus talleres, con el objetivo de ser lo más transparente posible con el cliente y mostrarle el estado de su vehículo antes de enviarlo al taller.

### Objetivo ambicioso

Arabauto es el primero de los concesionarios de Renault que equipa esta filosofía y en el futuro irán adaptándose otros, siguiendo la tendencia de otras compañías de hacer un esfuerzo por mejorar la experiencia de sus clientes. Esta concesión pretende vender unas 1.000 unidades en 2015 y, de cara a 2016, duplicar su plantilla, de 30 a 60 empleados.

Una cadena multimarca nacional con servicios exclusivos

## Liberty Seguros crea los talleres Red One



La aseguradora Liberty Seguros ha creado su propia red de 65 talleres.

S.A. / MADRID

La aseguradora Liberty Seguros ha añadido un nuevo actor a la escena de los talleres multimarca. Se trata de Red One, una red de 65 talleres a nivel nacional en la que los clientes de las tres marcas del Grupo (Genesis, Regal y Liberty) tienen a su disposición servicios exclusivos como vehículo de sustitución, recogida y entrega del coche, traslado del cliente al domicilio o trabajo, lavado interior y exterior del vehículo y chequeo gratuito de más de 20 puntos de mantenimiento y seguridad.

Además, la compañía está desarrollando una aplicación de geolocalización para que cualquier usuario de la red pueda encontrar el centro más cercano a su posición a través de la web de Liberty Seguros.

### Colaboración con Aesleme

Además, dentro de su programa de responsabilidad social corporativa, Liberty ha firmado un acuerdo con la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (Aesleme), en virtud del cual por cada vehículo reparado, el taller donará un euro.

El canal de rent a car impulsó el mercado con un crecimiento del 52,6% en marzo

# Las matriculaciones de coches, a la caza de 2008

Las ventas de automóviles superaron por primera vez en casi cinco años las 100.000 unidades en un mes, certificando el mejor primer trimestre desde 2010 con un incremento acumulado del 33%, y mirando ya en el horizonte el mercado de 2008, cuando se alcanzó la cifra mágica de 1,2 millones de unidades.

POR ALBERTO GUTIÉRREZ MOLINERO

**M**arzo fue el mes soñado para todos aquellos que tienen algo que ver con el mercado de automóviles en España. Han tenido que esperar cuatro años y nueve meses desde aquel junio de 2010, la última vez que el mercado había registrado más de 100.000 unidades en un mismo mes. Y por fin, tras casi tres años de caída, seguidos

20.000 de las de hace cinco años. Entonces, como ahora, el mercado se veía impulsado por un plan de ayudas a la compra directa de coches y, precisamente por eso y hasta que la economía, el empleo y la confianza de nuestro país alcancen mejores niveles, las principales asociaciones de automóviles han pedido al Gobierno que lo mantenga.

Precisamente en 2010 tenemos

mica se mantiene, las ventas podrían superar en algunos meses a las cifras de ese año.

En este contexto, la asociación de importadores, Aniacam, y la de concesionarios Faconauto esperan que el mercado este año supere ya el millón de unidades, mientras que Ganvam se muestra mucho más prudente y considera que, si se aprueba el PIVE 8, el mercado cerrará rozando las 940.000 unidades, lo que querría decir que el mercado se va a mantener estable el resto de ejercicio en comparación con 2014.

### El rent a car crece un 53%

Por canales, las alquiladoras marcaron el paso en marzo al registrar un crecimiento del 52,6%, hasta un total de 35.811 unidades. Esta cifra es un tercio de todas las del mes, algo inusual, pero comprensible por la inminencia de la Semana Santa y las buenas perspectivas de turismo para esta temporada.

En lo que va de año, este canal suma un cuarto de todas las ventas nacionales, una cifra que se irá reduciendo a lo largo del año hasta alcanzar el 20% en 2015, según cálculos de Aniacam, un porcentaje que todavía será más elevado de lo habitual para este canal, que suele tener un peso en España del 16%.

Con menos fuerza pero también de forma muy significativa, crecieron los otros dos canales del mercado. Las ventas a clientes particulares aumenta-

## Si finalmente el Gobierno aprueba una octava edición para el PIVE que llegara a fin de año, las matriculaciones podrían alcanzar el mejor dato desde 2008

de otros casi dos años consecutivos de crecimiento apoyados en los planes PIVE, el mercado de turismos, registró 112.792 unidades, lo que, además, supone el mayor crecimiento de toda la serie, un 41%.

No es que se puedan echar las campanas al vuelo. Las ventas siguen registrando peores números que en 2010, si bien están más cerca que en ninguno de los cuatro años precedentes en el primer trimestre del año. Las 268.602 unidades registradas hasta marzo (+32,8%), están a menos de

el último antecedente de la retirada de un plan de ayudas a la compra y el mercado se resintió en la segunda parte del año hasta quedarse por debajo del millón de unidades. Si finalmente el Gobierno aprueba una octava edición para el PIVE que llegara a final de año, las matriculaciones de automóviles podrían alcanzar el mejor dato desde 2008, cuando se registró la cifra mágica establecida por el sector como ideal para el mercado de 1,2 millones de unidades. Incluso, en la última parte del ejercicio, si la recuperación econó-



## EVOLUCIÓN MATRICULACIONES

### AUTOMÓVILES NUEVOS

(TURISMOS Y TODOTERRENOS)

	%				Acum.			
	2015	2014	2013	15-14	2015	2014	2013	15-14
ENERO	68.617	53.506	49.751	28,24	68.617	53.506	49.751	28,24
FEBRERO	87.193	68.815	58.403	26,71	155.810	122.321	108.154	27,38
MARZO	112.792	80.002	72.714	40,99	268.602	202.323	180.868	32,76
ABRIL	80.279	62.334			282.737	243.202		
MAYO	82.658	70.635			365.395	313.837		
JUNIO	90.339	72.881			455.734	386.718		
JULIO	83.620	75.192			539.354	461.910		
AGOSTO	45.539	39.954			584.893	501.864		
SEPTIEMBRE	57.216	45.286			642.109	547.150		
OCTUBRE	76.432	60.451			718.541	607.601		
NOVIEMBRE	65.473	55.674			784.019	663.275		
NOVIEMBRE	74.031	60.673			857.638	723.948		

### AUTOMÓVILES REMATRICULADOS

(TURISMOS Y TODOTERRENOS)

	%				Acum.			
	2015	2014	2013	15-14	2015	2014	2013	15-14
ENERO	3.100	2.222	1.963	39,51	3.100	2.222	1.963	39,51
FEBRERO	3.454	2.319	1.784	48,94	6.554	4.541	3.747	44,33
MARZO	3.510	2.358	1.899	48,85	10.064	6.899	5.646	45,88
ABRIL	2.460	2.172			9.362	7.818		
MAYO	2.557	2.134			11.919	9.952		
JUNIO	2.583	2.279			14.502	12.231		
JULIO	3.345	2.911			17.847	15.142		
AGOSTO	2.899	1.924			20.746	17.066		
SEPTIEMBRE	3.101	1.971			23.847	19.037		
OCTUBRE	3.642	2.417			27.489	21.454		
NOVIEMBRE	3.379	1.904			30.869	23.358		
NOVIEMBRE	3.162	1.717			34.023	25.075		

## Matriculaciones - tipo de placa



### POR TIPO DE PLACA

AUTOMÓVILES NUEVOS

Tipo de servicio	Acum. 2015	Cuota Acum. 2015	Acum. 2014	Cuota Acum. 2014	Acum. 15/14
ORDINARIA	268.429	96,33	202.098	96,6	32,82
TURÍSTICA	73	0,03	80	0,04	-8,75
DIPLOMÁTICA	100	0,04	145	0,07	-31,03
REMATRICULADO	10.064	3,61	6.899	3,3	45,88
TOTAL	278.666	100	209.222	100	33,19

### POR SERVICIO

AUTOMÓVILES NUEVOS

Tipo de servicio	Mar. 2015	% Mar. 15/14	Acum. 2015	Acum. 2014	% Acum. 15/14
PERSONA FÍSICA	52.107	36,67	140.123	107.265	30,63
PERSONA JURÍDICA	24.874	35,1	61.743	48.005	28,62
RENT A CAR	35.811	52,63	66.736	47.053	41,83
TOTAL	112.792	40,99	268.602	202.323	32,76

## Matriculaciones - nuevos

● 2015 ● 2014



## Matriculaciones - rematriculados

● 2015 ● 2014



## MATRICULACIONES POR SEGMENTO

### AUTOMÓVILES NUEVOS GASOLINA

	Mar. 2015	Mar. 2014	Cuota Mar. 2015	Cuota Mar. 2014	% Mar. 15/14	Acum. 2015	Acum. 2014	Cuota A. 15/14	Cuota A. 2015	Cuota A. 2014	% A. 15/14	Cuota A. Seq. 2015	Cuota A. Seq. 2014
Superutilitario	5.508	3.839	13,32	13,59	43,47	13.524	9.439	0,46	14,36	13,9	43,28	93,79	97,76
Utilitario/Polivalente	16.821	12.837	40,69	45,46	31,04	37.597	29.585	-3,66	39,92	43,58	27,08	60,3	58,86
Compacto	9.786	5.343	23,67	18,92	83,16	21.939	13.799	2,97	23,29	20,33	58,99	29,75	26,11
Familiar	544	368	1,32	1,3	47,83	1.168	1.056	-0,32	1,24	1,56	10,61	5,97	6,33
Berlina	48	40	0,12	0,14	20	123	116	-0,04	0,13	0,17	6,03	4,9	4,33
Gran lujo	43	47	0,1	0,17	-8,51	131	125	-0,05	0,14	0,18	4,8	34,03	35,71
Deportivo alto	75	59	0,18	0,21	27,12	186	181	-0,07	0,2	0,27	2,76	67,39	63,96
Deportivo bajo	267	219	0,65	0,78	21,92	634	490	-0,05	0,67	0,72	29,39	52,92	47,67
Monovolumen polivalente	1.377	654	3,33	2,32	110,55	2.623	1.720	0,25	2,79	2,53	52,5	35,2	37,94
Monovolumen compacto	2.193	2.233	5,31	7,91	-1,79	5.312	4.978	-1,69	5,64	7,33	6,71	21,26	23,84
Monovolumen familiar	18	20	0,04	0,07	-10	48	84	-0,07	0,05	0,12	-42,86	2,06	3,7
TTE Pequeño	1.905	1.273	4,61	4,51	49,65	4.205	3.045	-0,02	4,46	4,49	38,1	32,94	32,56
TTE Compacto	2.509	1.207	6,07	4,27	107,87	6.007	2.985	1,98	6,38	4,4	101,24	16,13	12
TTE Familiar	181	52	0,44	0,18	248,08	519	119	0,38	0,55	0,18	336,13	7,38	2,73
TTE Superior	62	50	0,15	0,18	24	164	168	-0,07	0,17	0,25	-2,38	6,93	7,49
TOT. GASOLINA	41.337	28.241	100	100	46,37	94.180	67.890	0	100	100	38,72	35,06	33,56

### AUTOMÓVILES NUEVOS DIÉSEL

	Mar. 2015	Mar. 2014	Cuota Mar. 2015	Cuota Mar. 2014	% Mar. 15/14	Acum. 2015	Acum. 2014	Cuota A. 15/14	Cuota A. 2015	Cuota A. 2014	% A. 15/14	Cuota A. Seq. 2015	Cuota A. Seq. 2014
Superutilitario	306	96	0,43	0,19	218,75	883	208	0,35	0,51	0,15	324,52	6,12	2,15
Utilitario/Polivalente	10.008	8.473	14,04	16,38	18,12	24.730	20.677	-1,19	14,2	15,39	19,6	39,67	41,14
Compacto	21.485	15.602	30,13	30,16	37,71	51.666	39.032	0,61	29,66	29,06	32,37	70,07	73,84
Familiar	7.122	5.396	9,99	10,43	31,99	18.383	15.630	-1,08	10,55	11,64	17,61	94,02	93,62
Berlina	772	869	1,08	1,68	-11,16	2.385	2.553	-0,53	1,37	1,9	-6,58	94,98	95,37
Gran lujo	82	76	0,12	0,15	7,89	246	217	-0,02	0,14	0,16	13,36	63,9	62
Deportivo alto	48	29	0,07	0,06	65,52	86	102	-0,03	0,05	0,08	-15,69	31,16	36,04
Deportivo bajo	160	266	0,22	0,51	-39,85	564	538	-0,08	0,32	0,4	4,83	47,08	52,33
Monovolumen polivalente	2.295	1.231	3,22	2,38	86,43	4.800	2.778	0,69	2,76	2,07	72,79	64,42	61,27
Monovolumen compacto	8.103	5.610	11,36	10,85	44,44	19.671	15.905	-0,55	11,29	11,84	23,68	78,74	76,16
Monovolumen familiar	906	861	1,27	1,66	5,23	2.278	2.189	-0,32	1,31	1,63	4,07	97,94	96,3
TTE Pequeño	3.808	2.473	5,34	4,78	53,98	8.555	6.307	0,22	4,91	4,7	35,64	67,02	67,44
TTE Compacto	12.510	8.398	17,55	16,24	48,96	31.242	21.886	1,65	17,94	16,29	42,75	83,87	88
TTE Familiar	2.922	1.573	4,1	3,04	85,76	6.482	4.236	0,57	3,72	3,15	53,02	92,11	97,27
TTE Superior	774	770	1,09	1,49	0,52	2.201	2.076	-0,28	1,26	1,55	6,02	93,07	92,51
TOT. DIÉSEL	71.301,00	51.723,00	100	100	37,85	174.172	134.334	0	100	100	29,66	64,84	66,4

### AUTOMÓVILES NUEVOS ELÉCTRICOS

	Mar. 2015	Mar. 2014	% Mar. 15-14	Acum. 2015	Acum. 2014	% A. 15-14	Cuota A. Seq. 2015	Cuota A. Seq. 2014
Superutilitario	6	2	200	13	8	62,5	0,09	0,08
Utilitario/Polivalente	12	3	300	19	4	375	0,03	0,01
Compacto	102	19	436,84	134	26	415,38	0,18	0,05
Familiar	0	2	-100	1	9	-88,89	0,01	0,05
Berlina	1	2	-50	3	8	-62,5	0,12	0,3
Gran lujo	3	0	100	8	8	0	2,08	2,29
Deportivo alto	1	0	100	4	0	100	1,45	0
Monovolumen polivalente	2	10	-80	28	36	-22,22	0,38	0,79
TTE Pequeño	4	0	100	4	0	100	0,03	0
TTE Familiar	23	0	100	36	0	100	0,51	0
TOT. ELÉCTRICOS	154	38	305,26	250	99	152,53	0,09	0,05

**Nissan, sexta marca en marzo y séptima en lo que va de año, es la que más ha aumentado sus ventas entre las 10 primeras, con un crecimiento del 71,44%**

vendida del mes de marzo, con un incremento del 82,34%, siendo la marca que más creció entre las diez primeras. En lo que va de año, sus matriculaciones han alcanzado las 16.505 unidades, es decir, un 71,44% más que en el mismo periodo de 2014. La marca japonesa está siendo impulsada por una gama renovada. El nuevo Pulsar, que se fabrica en España y que registró el pasado mes 1.356 unidades, se convirtió en el segundo modelo de la firma nipona, muy cerca del Juke.

Por modelos, el Seat Ibiza logró ser el más vendido del mes y de lo que va de año, con 3.932 y 10.252 unidades

respectivamente, por delante del León, que registró 3.546 y 9.482 unidades. El Qashqai cerró el podio, con 3.310 unidades en marzo.

Algunos de los recientes modelos que se ensamblan en España también destacaron en el mercado. Además del Nissan Pulsar, el Citroën C4 Cactus volvió a ser el modelo más vendido de la marca francesa en marzo y en lo que va de año, con un total de 1.778 y 3.724 unidades, respectivamente. Por su parte, el Renault Captur registró 1.750 unidades el pasado mes y ya acumula 3.512 matriculaciones en lo que va de 2015.

ron un 36,7%, hasta las 50.159 unidades, mientras que las empresas llegaron a 24.872 turismos y todoterrenos matriculados en marzo (+35,1%). En lo que va de año, el canal de particular acumula un crecimiento del 30%, hasta los 140.125 automóviles, lo que supone el 53% de las ventas, mientras que las empresas han incrementado sus ventas un 28,6% y con

una cuota de mercado del 23% hasta los 61.741 automóviles.

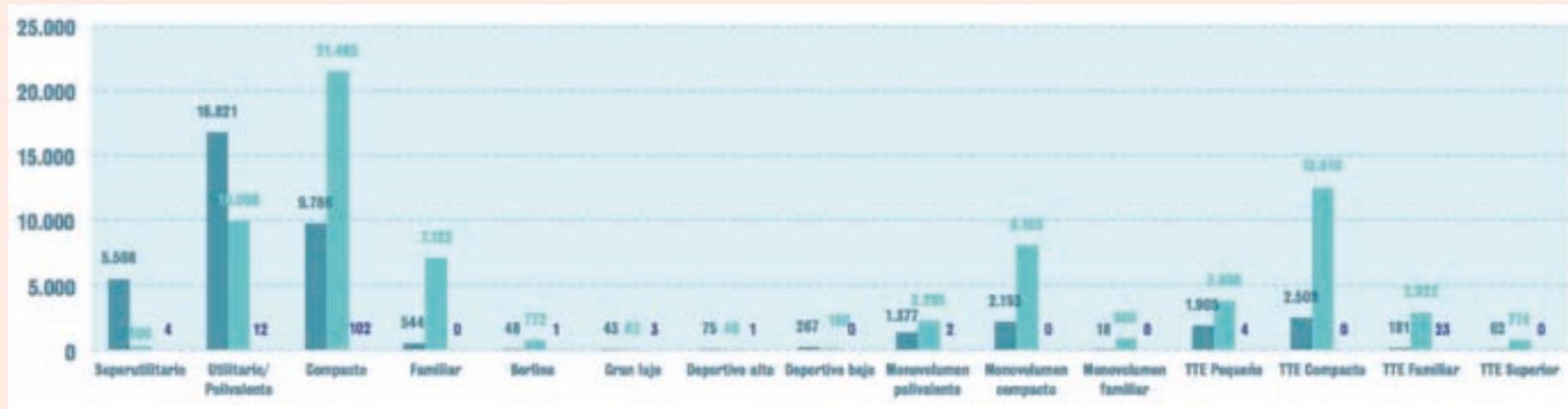
#### VW vuelve a liderar

Por marcas, Volkswagen volvió a ser la marca que más turismos y todoterrenos vendió en España el pasado mes con un total de 9.320 unidades (+28,13%). Esta cifra le permite volver a ser líder del mercado en el acumula-

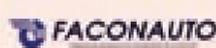
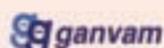
do de 2015 a pesar de que las ventas de Seat aumentaron un 44,5%, en marzo, hasta las 23.339 unidades en el primer trimestre por las 23.726 de la firma alemana.

De las marcas del top ten, Seat, Citroën, Peugeot, Renault, Toyota y Nissan lograron incrementar su cuota de mercado. Entre ellas, destacó especialmente Nissan, que fue la sexta más

### Automóviles - por segmento



## El comentario



David Barrientos, director de Comunicación de Anfac afirmó que, «por fin tras 56 meses (más de 4 años y medio), un mes registra un volumen por encima de las 100.000 unidades. Con este resultado, el mercado arrastra ocho trimestres de crecimiento continuado coincidiendo prácticamente con el periodo PIVE, un plan que sin duda, sigue siendo necesario para apuntalar la confianza del consumidor, el crecimiento económico y la creación de empleo. Hay signos evidentes de mejora económica, pero el proceso de recuperación todavía no ha concluido. Continuar el crecimiento del mercado interno, además de posicionarnos como país a la vanguardia de Europa, proporcionará un ritmo más intenso de creación de empleo. Sumar coches nuevos al mercado es sinónimo de salud económica y social de nuestro país».

Según el presidente de Ganvam, Juan Antonio Sánchez Torres, «a pesar de los llamativos crecimientos registrados, no debemos dejarnos llevar por la euforia y perder de vista que es el PIVE el que está actuando como salvavidas, incentivando la confianza del consumidor hasta que la microeconomía se normalice. Aunque todavía la séptima edición está en vigor, hay que ser previsores, máxime cuando más del 90% de su dotación se ha tenido que destinar a cubrir la prórroga del plan anterior. Por tanto, si se quiere evitar un parón en el mercado es necesario garantizar su concatenación con el PIVE 8 para evitar un *impasse* que, a todas luces, frenaría el objetivo de cerrar este ejercicio rozando las 940.000 unidades. No estamos pidiendo un sector permanentemente incentivado, pero hablamos de unas ayudas al comprador que no sólo han conseguido activar la demanda, frenando la destrucción de empleos en las pymes del sector de la distribución, sino retirar del parque automovilístico cerca de un millón de vehículos con más de diez años».

Jaume Roura, presidente de Faconauto, afirmó que «el próximo agotamiento del PIVE 7 ha generado más actividad comercial en los concesionarios y les ha permitido acabar marzo con un fuerte incremento en las ventas, a lo que se ha unido el hecho de que las empresas estén renovando ya claramente su flota de vehículos y que las empresas alquiladoras hayan intensificado de forma llamativa sus adquisiciones. El resultado es que, por primera vez en cuatro años, hemos vuelto a cerrar un mes en niveles previos a la crisis. Sin embargo, esto no nos debe hacer dejar de tener los pies en el suelo. Se respira en el ambiente una recuperación real de nuestro sector pero, por el momento, esta mejoría es insuficiente para recuperar también una rentabilidad acorde con la facturación y la responsabilidad que soportan los concesionarios. De seguir así, probablemente este año conseguiremos acercarnos a la cifra psicológica del millón de coches vendidos, pero las concesiones están aún lejos de la estabilidad que necesitan, después de haber sobrevivido a una crisis tan profunda. Esta euforia es un poco irreal y no debemos caer en la autocomplacencia, porque nos puede costar muy caro. No debemos olvidar las dificultades financieras que soportan los concesionarios, derivadas de las operaciones del PIVE que todavía no nos han liquidado».

## ANIACAM

El mes de marzo ha continuado la tendencia alcista del año 2014 y esta vez con un crecimiento muy importante que nos hace llegar a una cifra que supera las 100.000 unidades, con lo que el objetivo de superar el millón de unidades en el año 2015 se conseguirá si no se tuerce esta tendencia alcista en lo que queda de año.

En estas circunstancias, el presidente de Aniacam, Germán López Madrid, señala que hay que considerar el factor de los PIVE para reactivar este mercado, que no cabe duda de que se ha convertido en la locomotora de la recuperación económica de España. Entre el crecimiento de la exportación y el aumento del mercado interior, que ha conseguido, no sólo estabilizar los puestos de trabajo, sino hacer que se cree un importante empleo de calidad, el sector del automóvil es el valor más seguro por el que ha apostado el Gobierno para la reactivación de la economía, una opción que ha hecho que otros sectores de la economía se hayan visto beneficiados por ella. En este sentido, continúa diciendo López Madrid, hay que tener en cuenta que no todo está ya hecho, porque hay que mantener esta tendencia alcista por encima de todo y hay que pensar en el Plan PIVE 8, que ya han anunciado que va a ser distinto de los demás, pero que al final habrá que tener en cuenta que esa diferencia que se nos anuncia no puede limitar este crecimiento. Hay que seguir la máxima de que lo que funciona bien, es mejor no tocarlo y dejarlo como está. Sobre todo por la importancia de que sirva de estímulo para dar de baja un automóvil antiguo y poco seguro y poder renovar el viejo parque que tenemos.

En cuanto a los canales de venta, todos crecen. El que más el de alquiladores, pues han tenido que hacer acopio para la Semana Santa. Pero tanto el de empresas como el de particulares le siguen muy de cerca, con un crecimiento de un 36,7% y un 35,1% respectivamente. Hay que destacar que el canal de alquiladores ha tenido un crecimiento espectacular por dos razones: las buenas perspectivas del turismo en España, que han forzado las compras para atender la esperada demanda; y la limpieza de stocks que se ha estado produciendo durante los dos últimos años. De cualquier forma, no es normal que el peso de los vehículos de alquiler esté en un 31,7% —lo normal es el 16% y se estima que 2015 concluirá con ya alto 20%—.

Y por lo que respecta a los segmentos de vehículos matriculados, este mes hay que destacar que el mayor crecimiento se ha producido en los todo terreno compactos y familiares, y en los llamadas berlinas compactas, todos con un crecimiento superior al 50%.

## RANKING POR MARCAS

## AUTOMÓVILES

Rank	Marca	Cuota				% Mar.		Acum.				% Acum.		
		Mar. 15	Mar. 14	Mar. 15	Mar. 14	15-14	15-14	Rank	2015	2014	acum. 15	acum. 14	acum. 15/14	15-14
1	VOLKSWAGEN	9.319	7.274	8,26	9,09	-0,83	28,11	1	23.725	18.138	8,83	8,96	-0,13	30,8
2	SEAT	8.831	6.112	7,83	7,64	0,19	44,49	3	23.339	15.843	8,69	7,83	0,86	47,31
3	FORD	8.593	6.143	7,62	7,68	-0,06	39,88	5	17.831	13.385	6,64	6,62	0,02	33,22
4	OPEL	8.392	6.789	7,44	8,49	-1,05	23,61	2	19.766	17.122	7,36	8,46	-1,1	15,44
5	RENAULT	8.283	5.544	7,34	6,93	0,41	49,4	7	18.426	11.887	6,86	5,88	0,98	55,01
6	NISSAN	8.271	4.536	7,33	5,67	1,66	82,34	10	16.505	9.599	6,14	4,74	1,4	71,94
7	PEUGEOT	7.889	5.529	6,99	6,91	0,08	42,68	4	17.715	15.361	6,6	7,59	-1	15,32
8	CITROEN	7.323	4.972	6,49	6,21	0,28	47,28	6	16.493	13.319	6,14	6,58	-0,44	23,83
9	HYUNDAI	5.686	3.661	5,04	4,58	0,47	55,31	12	11.384	8.472	4,24	4,19	0,05	34,37
10	TOYOTA	4.995	3.536	4,43	4,42	0,01	41,26	9	12.850	9.808	4,78	4,85	-0,06	31,02
11	KIA	4.962	2.689	4,4	3,36	1,04	84,53	16	11.514	5.968	4,29	2,95	1,34	92,93
12	AUDI	4.657	4.352	4,13	5,44	-1,31	7,01	8	12.239	11.008	4,56	5,44	-0,88	11,18
13	FIAT	4.326	2.444	3,84	3,05	0,78	77	14	10.384	6.895	3,87	3,41	0,46	50,6
14	DACIA	3.704	2.734	3,28	3,42	-0,13	35,48	13	10.546	7.644	3,93	3,78	0,15	37,96
15	B.M.W.	3.352	2.869	2,97	3,59	-0,61	16,84	11	10.041	9.065	3,74	4,48	-0,74	10,77
16	MERCEDES	3.102	2.471	2,75	3,09	-0,34	25,54	15	8.709	6.182	3,24	3,06	0,19	40,88
17	SKODA	2.547	1.517	2,26	1,9	0,36	67,9	17	5.984	4.306	2,23	2,13	0,1	38,97
18	MAZDA	1.274	631	1,13	0,79	0,34	101,9	21	2.957	1.874	1,1	0,93	0,17	57,79
19	VOLVO	1.155	930	1,02	1,16	-0,14	24,19	22	2.350	1.857	0,87	0,92	-0,04	26,55
20	MINI	971	883	0,86	1,1	-0,24	9,97	18	2.531	2.384	0,94	1,18	-0,24	6,17
21	HONDA	885	757	0,78	0,95	-0,16	16,91	23	1.927	1.821	0,72	0,9	-0,18	5,82
22	LAND ROVER	752	704	0,67	0,88	-0,21	6,82	19	2.053	2.160	0,76	1,07	-0,3	-4,95
23	MITSUBISHI	732	262	0,65	0,33	0,32	179,39	24	1.947	812	0,72	0,4	0,32	139,78
24	SMART	442	357	0,39	0,45	-0,05	23,81	27	1.008	702	0,38	0,35	0,03	43,59
25	LEXUS	408	222	0,36	0,28	0,08	83,78	29	1.100	581	0,41	0,29	0,12	89,33
26	JEEP	400	111	0,35	0,14	0,22	260,36	33	1.371	304	0,51	0,15	0,36	350,99
27	SSANGYONG	283	214	0,25	0,27	-0,02	32,24	30	730	472	0,27	0,23	0,04	54,66
28	PORSCHE	233	156	0,21	0,19	0,01	49,36	31	586	361	0,22	0,18	0,04	62,33
29	ALFA ROMEO	220	296	0,2	0,37	-0,17	-25,68	25	676	723	0,25	0,36	-0,11	-6,5
30	SUZUKI	216	295	0,19	0,37	-0,18	-26,78	26	638	718	0,24	0,35	-0,12	-11,14
31	SUBARU	169	115	0,15	0,14	0,01	46,96	32	411	327	0,15	0,16	-0,01	25,69
32	LANCIA	166	396	0,15	0,49	-0,35	-58,08	28	285	644	0,11	0,32	-0,21	-55,75
33	JAGUAR	96	75	0,09	0,09	-0,01	28	34	210	248	0,08	0,12	-0,04	-15,32
34	INFINITI	74	40	0,07	0,05	0,02	85	35	154	117	0,06	0,06	0	31,62
35	ABARTH	33	31	0,03	0,04	-0,01	6,45	37	67	60	0,02	0,03	0	11,67
36	MASERATI	13	9	0,01	0,01	0	44,44	38	37	34	0,01	0,02	0	8,82
37	FERRARI	11	3	0,01	0	0,01	266,67	39	21	14	0,01	0,01	0	50
38	MAHINDRA	9	4	0,01	0	0	125	41	21	8	0,01	0	0	162,5
39	CHEVROLET	5	294	0	0,37	-0,36	-98,3	20	17	1.982	0,01	0,98	-0,97	-99,14
40	TATA	4	31	0	0,04	-0,04	-87,1	36	22	78	0,01	0,04	-0,03	-71,79
41	BENTLEY	3	4	0	0	0	-25	40	9	9	0	0	0	0
42	LAMBORGHINI	2	0	0	0	0	100	46	4	1	0	0	0	300
43	ASTON MARTIN	1	3	0	0	0	-66,67	44	7	7	0	0	0	0
44	BUICK	1	0	0	0	0	100	51	1	0	0	0	0	100
45	CHEVROLET (US)	1	0	0	0	0	100	52	1	0	0	0	0	100
46	TESLA	1	2	0	0	0	-50	42	3	8	0	0	0	-62,5
47	CADILLAC	0	0	0	0	0	0	47	0	1	0	0	0	-100
48	CHRYSLER	0	1	0	0	0	-100	45	0	3	0	0	0	-100
49	DODGE	0	0	0	0	0	0	48	0	1	0	0	0	-100
50	LADA	0	3	0	0	0	-100	43	4	8	0	0	0	-50
51	LOTUS	0	1	0	0	0	-100	49	1	1	0	0	0	0
52	MCLAREN	0	0	0	0	0	0	53	0	0	0	0	0	0
53	MORGAN	0	0	0	0	0	0	54	0	0	0	0	0	0
54	PONTIAC	0	0	0	0	0	0	55	1	0	0	0	0	100
55	ROLLS ROYCE	0	0	0	0	0	0	56	0	0	0	0	0	0
56	SAAB	0	0	0	0	0	0	50	1	1	0	0	0	0
TOTAL		112.792	80.002	100	100	0	40,99	268.602		202.323	100	100	0	32,76

## Automóviles - 30 mejores marcas



## RANKING DE MODELOS POR SEGMENTO

## VEHÍCULOS NUEVOS

Rank mes	Modelo	Segmento	Mar. 2015	Rank Acum. 2015	Acum. 2015
1	Utilitario/Polivalente	SEAT IBIZA	3.932	1	10.252
2	Compacto	SEAT LEON	3.546	2	9.482
3	TTE Compacto	NISSAN QASHQAI	3.310	5	6.686
4	Utilitario/Polivalente	VOLKSWAGEN POLO	3.246	3	7.111
5	Compacto	FORD FOCUS	2.936	11	4.976
6	Compacto	RENAULT MEGANE	2.789	6	6.601
7	Utilitario/Polivalente	OPEL CORSA	2.563	7	5.822
8	Utilitario/Polivalente	PEUGEOT 208	2.471	10	5.227
9	Utilitario/Polivalente	RENAULT CLIO	2.354	9	5.430
10	Compacto	VOLKSWAGEN GOLF	2.335	4	6.858
11	Compacto	OPEL ASTRA	2.271	12	4.796
12	Utilitario/Polivalente	FORD FIESTA	2.101	15	3.871
13	Utilitario/Polivalente	DACIA SANDERO	2.028	8	5.725
14	Compacto	PEUGEOT 308	1.980	14	4.341
15	Compacto	CITROEN C4 CACTUS	1.778	16	3.724
16	TTE Pequeño	RENAULT CAPTUR	1.750	19	3.512
17	Compacto	TOYOTA AURIS	1.710	13	4.561
18	TTE Compacto	KIA SPORTAGE	1.534	20	3.446
19	Monovolumen compacto	CITROEN C4	1.525	18	3.630
20	Compacto	HYUNDAI i30	1.499	28	3.097
21	TTE Pequeño	PEUGEOT 2008	1.496	23	3.241
22	Utilitario/Polivalente	TOYOTA YARIS	1.401	21	3.337
23	Compacto	KIA CEED	1.399	29	2.909
24	TTE Pequeño	NISSAN JUKE	1.397	27	3.101
25	TTE Compacto	HYUNDAI IX35	1.367	26	3.145
26	Compacto	NISSAN PULSAR	1.356	34	2.537
27	Monovolumen polivalente	FIAT 500 L	1.286	32	2.607
28	Utilitario/Polivalente	CITROEN C3	1.259	31	2.853
29	TTE Compacto	VOLKSWAGEN TIGUAN	1.259	17	3.708
30	Superutilitario	FIAT 500	1.238	25	3.148
31	Superutilitario	FIAT PANDA	1.208	24	3.195
32	TTE Compacto	OPEL MOKKA	1.192	22	3.244
33	Utilitario/Polivalente	HYUNDAI i20	1.117	42	1.879
34	Compacto	CITROEN C4	1.069	33	2.590
35	Monovolumen compacto	FORD FOCUS	1.056	37	2.201
36	Monovolumen compacto	RENAULT MEGANE	1.035	39	2.038
37	TTE Compacto	DACIA DUSTER	1.021	30	2.858
38	Familiar	OPEL INSIGNIA	957	36	2.206
39	Monovolumen polivalente	NISSAN NOTE	849	55	1.515
40	Monovolumen compacto	PEUGEOT 3008	833	40	1.969
41	Superutilitario	HYUNDAI i10	820	62	1.357
42	Utilitario/Polivalente	KIA RIO	820	45	1.839
43	Utilitario/Polivalente	NISSAN MICRA	802	51	1.639
44	Monovolumen compacto	KIA CARENS	751	44	1.849
45	Monovolumen compacto	VOLKSWAGEN TOURAN	746	54	1.557
46	Utilitario/Polivalente	SKODA FABIA	739	41	1.906
47	Familiar	B.M.W. SERIE 3	730	38	2.142
48	Familiar	VOLKSWAGEN PASSAT	708	49	1.745
49	TTE Compacto	MAZDA CX-5	684	65	1.317
50	Compacto	MERCEDES CLASE A	676	46	1.836
51	Compacto	SKODA SPACEBACK	676	61	1.380
52	Utilitario/Polivalente	MINI MINI	672	47	1.777
53	Monovolumen compacto	SEAT ALTEA	654	43	1.850
54	Compacto	B.M.W. SERIE 1	616	35	2.220
55	TTE Familiar	HONDA CRV	599	68	1.268
56	Monovolumen compacto	OPEL ZAFIRA TOURER	580	53	1.602
57	TTE Compacto	TOYOTA RAV-4	562	48	1.774
58	Monovolumen compacto	OPEL MERIVA	561	60	1.395
59	Monovolumen compacto	PEUGEOT 5008	546	58	1.441
60	Familiar	MERCEDES CLASE C	543	50	1.726
61	Familiar	MERCEDES CLASE CLA	530	72	1.096
62	TTE Compacto	FORD KUGA	528	56	1.472
63	Familiar	SKODA OCTAVIA	520	63	1.353
64	Monovolumen compacto	TOYOTA VERSO	518	67	1.302
65	TTE Compacto	NISSAN ASX	512	59	1.431
66	Familiar	FORD MONDEO	496	73	1.077
67	TTE Compacto	MERCEDES CLASE GLA	489	52	1.609
68	Monovolumen polivalente	HYUNDAI ix20	488	81	865
69	TTE Familiar	AUDI Q5	471	70	1.172
70	Compacto	VOLVO V40	443	84	831
71	Monovolumen polivalente	FORD TOURNEO COURIER	436	64	1.320
72	Superutilitario	FORD KA	430	57	1.457
73	TTE Familiar	NISSAN X-TRAIL	426	83	853
74	Superutilitario	TOYOTA AYGO	419	87	742
75	Monovolumen polivalente	CITROEN C3	409	92	632
76	TTE Compacto	LAND ROVER RANGE ROVER EVOQUE	391	66	1.315
77	TTE Familiar	VOLVO XC 60	363	82	862
78	Compacto	SEAT TOLEDO	362	86	749
79	Familiar	PEUGEOT 508	361	71	1.127
80	TTE Pequeño	SKODA YETI	359	90	682
81	Monovolumen compacto	VOLKSWAGEN GOLF	351	74	1.071
82	Compacto	DACIA LOGAN	339	69	1.234
83	Compacto	CITROEN C-ELYSEE	335	96	612
84	Monovolumen compacto	MERCEDES CLASE B	331	77	959
85	Monovolumen compacto	DACIA LODGY	316	88	729
86	TTE Familiar	B.M.W. X3	306	89	722
87	TTE Compacto	B.M.W. X1	303	79	924
88	TTE Compacto	FORD ECOSPORT	302	98	593
89	Superutilitario	SMART FORFOUR	302	97	604
90	Compacto	MAZDA 3	288	76	962
91	TTE Pequeño	MINI MINI	281	91	679
92	Monovolumen compacto	B.M.W. SERIE 2	272	80	871
93	Superutilitario	KIA PICANTO	247	75	1.007
94	Utilitario/Polivalente	FIAT GRANDE PUNTO	238	94	620
95	Compacto	HONDA CIVIC	233	100	569
96	Compacto	CITROEN DS4	224	95	620
97	Berlina	B.M.W. SERIE 5	222	85	754
98	TTE Pequeño	JEEP RENEGADE	208	78	942
99	Monovolumen familiar	FORD S-MAX	206	99	573
100	TTE Familiar	LAND ROVER DISCOVERY SPORT	205	139	226
101	TTE Compacto	CITROEN C4 AIRCROSS	200	101	550
102	Familiar	B.M.W. SERIE 4	197	107	453
103	Familiar	HYUNDAI i40	197	93	631
104	Monovolumen familiar	SEAT ALHAMBRA	197	105	488
105	Superutilitario	PEUGEOT 108	183	124	308
106	Superutilitario	OPEL ADAM	175	104	489
107	Familiar	MAZDA 6	173	109	430
108	Compacto	VOLVO V40 CROSS COUNTRY	173	125	299

Rank mes	Modelo	Segmento	Mar. 2015	Rank Acum. 2015	Acum. 2015
109	TTE Superior	B.M.W. X5	172	111	426
110	TTE Compacto	SSANGYONG KORANDO	169	106	483
111	Familiar	RENAULT LAGUNA	166	114	385
112	Familiar	CITROEN DS5	160	117	343
113	Superutilitario	SEAT Mii	159	102	517
114	Familiar	TOYOTA AVENSIS	157	103	503
115	TTE Familiar	B.M.W. X4	150	108	447
116	Familiar	LEXUS IS 300 H	146	128	289
117	Compacto	B.M.W. SERIE 2	145	131	280
118	Monovolumen familiar	MERCEDES CLASE V	143	118	335
119	Superutilitario	SMART FORTWO	140	112	404
120	Compacto	VOLKSWAGEN BEETLE	139	129	285
121	Familiar	VOLKSWAGEN CC	138	110	428
122	Familiar	CITROEN C5	137	123	313
123	Deportivo bajo	VOLKSWAGEN SCIROCCO	137	132	264
124	Utilitario/Polivalente	CITROEN DS3	136	120	332
125	Monovolumen compacto	FIAT 500 L LIVING	136	144	205
126	Monovolumen familiar	VOLKSWAGEN SHARAN	124	121	319
127	TTE Familiar	LEXUS NX 300 H	120	116	358
128	Utilitario/Polivalente	LANCIA Y	113	154	166
129	Berlina	MERCEDES CLASE E	112	113	388
130	TTE Familiar	HYUNDAI SANTA FE	104	140	216
131	TTE Compacto	FIAT 500 X	102	130	283
132	Monovolumen polivalente	FORD B-MAX	102	126	291
133	Compacto	LEXUS CT 200H	102	122	318
134	Deportivo bajo	B.M.W. SERIE 4	101	115	373
135	Superutilitario	NISSAN SPACE STAR	100	142	211
136	TTE Familiar	PORSCHE MACAN	100	133	258
137	Compacto	NISSAN LEAF	96	169	121
138	Superutilitario	RENAULT TWINGO	96	146	197
139	Monovolumen polivalente	KIA VENGA	95	151	174
140	Monovolumen familiar	FIAT FREEMONT	92	138	227
141	Superutilitario	SKODA CITIGO	92	153	170
142	TTE Superior	TOYOTA LANDCRUISER	92	135	237
143	Superutilitario	CITROEN C1	91	127	290
144	TTE Superior	LAND ROVER RANGE ROVER SPORT	88	119	334
145	TTE Superior	PORSCHE CAYENNE	88	141	212
146	TTE Compacto	JEEP CHEROKEE	87	150	176
147	Familiar	SKODA SUPERB	81	137	233
148	Utilitario/Polivalente	MAZDA 2	79	171	114
149	TTE Familiar	NISSAN OUTLANDER	78	145	201
150	Compacto	TOYOTA PRIUS	78	134	251
151	Familiar	VOLVO V60	76	174	107
152	Berlina	JAGUAR XF	72	155	163
153	TTE Superior	MERCEDES CLASE M	70	143	206
154	Monovolumen familiar	SSANGYONG RODIUS	70	158	146
155	TTE Compacto	MERCEDES CLASE GLK	69	152	171
156	TTE Superior	B.M.W. X6	67	136	236
157	TTE Pequeño	JEEP WRANGLER	64	162	134
158	Compacto	HYUNDAI ELANTRA	63	163	134
159	Familiar	VOLVO S60	63	161	137
160	TTE Pequeño	KIA SOUL	62	149	177
161	TTE Familiar	SUBARU FORESTER	61	156	153
162	Compacto	SKODA RAPID	59	147	188
163	TTE Compacto	SUBARU XV	58	148	178
164	TTE Compacto	SUZUKI SX4 S-CROSS	56	157	152
165	Utilitario/Polivalente	SUZUKI SWIFT	54	164	131
166	Superutilitario	VOLKSWAGEN UP!	51	167	127
167	Monovolumen familiar	LANCIA VOYAGER	50	175	102
168	TTE Familiar	KIA SORENTO	48	180	97
169	Familiar	HONDA ACCORD	45	188	69
170	Familiar	SUBARU OUTBACK	45	186	73
171	Monovolumen compacto	TOYOTA PRIUS +	45	172	111
172	Familiar	INFINITI Q50	44	178	99
173	TTE Familiar	SSANGYONG REXTON	44	177	101
174	TTE Superior	VOLKSWAGEN TOUAREG	43	160	144
175	TTE Superior	JEEP GRAND CHEROKEE	41	170	119
176	TTE Superior	NISSAN MONTERO	41	176	102
177	Deportivo bajo	OPEL CABRIO	39	199	47
178	Monovolumen compacto	OPEL ZAFIRA	39	165	131
179	Deportivo alto	MERCEDES CLASE E	38	183	85
180	TTE Pequeño	SUZUKI JIMNY	37	159	145
181	Compacto	VOLKSWAGEN JETTA	37	182	93
182	Compacto	RENAULT FLUENCE	35	184	78
183	Superutilitario	SUZUKI CELERIO	35	166	128
184	TTE Compacto	RENAULT KOLEOS	34	168	127
185	Monovolumen familiar	MAZDA 5	33	181	95
186	TTE Pequeño	SUZUKI VITARA	33	189	69
187	Gran Lujo	B.M.W. SERIE 7	31	195	53
188	TTE Pequeño	LAND ROVER DEFENDER	29	191	68
189	Gran Lujo	MERCEDES CLASE S	29	173	109
190	Compacto	FIAT BRAVO	26	179	99
191	TTE Superior	LEXUS RX 450 H	24	192	65
192	Deportivo bajo	MERCEDES CLASE SLK	24	207	31
193	TTE Familiar	NISSAN PATHFINDER II	24	204	35
194	Berlina	MERCEDES CLASE CLS	23	196	51
195	Berlina	VOLVO XC70	23	190	69
196	TTE Superior	HYUNDAI GRAND SANTA FE	21	205	35
197	Monovolumen compacto	SKODA ROOMSTER	21	187	72
198	Deportivo alto	B.M.W. SERIE 6	19	215	23
199	TTE Superior	LAND ROVER RANGE ROVER	19	198	48
200	Deportivo alto	PORSCHE 911	19	194	54
201	Deportivo bajo	MINI MINI	18	185	75
202	Gran Lujo	PORSCHE PANAMERA	17	203	37
203	TTE Familiar	OPEL ANTARA	15	206	34
204	Berlina	B.M.W. SERIE 6	14	211	27
205	TTE Superior	AUDI Q7	13	202	42
206	TTE Superior	INFINITI QX70	13	212	27
207	TTE Superior	LAND ROVER DISCOVERY	13	201	46
208	Deportivo alto	JAGUAR F-TYPE	12	220	20
209	Berlina	MASERATI Ghibli	12	208	31
210	Utilitario/Polivalente	RENAULT ZOE	12	224	19
211	Gran Lujo	JAGUAR XJ	10	213	25
212	TTE Superior	MERCEDES CLASE GL	10	216	23
213	Gran Lujo	LEXUS GS 300 H	9	197	51
214	TTE Familiar	MAHINDRA XUV 500	9	221	20
215	TTE Superior	MAZDA CX-9	9	209	28

RANKING DE MODELOS POR SEGMENTOS

VEHÍCULOS NUEVOS

Rank mes	Modelo	Segmento	Mar. 2015	Rank Acum. 2015	Acum. 2015
216	Deportivo bajo	TOYOTA GT 86	9	217	23
217	Compacto	INFINITI Q30	8	235	11
218	Deportivo bajo	MAZDA MX-5	8	236	11
219	Deportivo bajo	PEUGEOT RCZ	8	214	25
220	TTE Compacto	PEUGEOT 4008	8	218	23
221	Berlina	VOLVO S80	8	219	21
222	Monovolumen polivalente	HONDA JAZZ	7	225	19
223	TTE Compacto	LAND ROVER FREELANDER	7	228	16
224	Deportivo bajo	RENAULT LAGUNA	7	227	17
225	Deportivo alto	FERRARI 458	6	240	9
226	Deportivo bajo	HYUNDAI VELOSTER	6	238	10
227	Familiar	KIA OPTIMA	6	229	16
228	TTE Superior	NISSAN MURANO II	6	237	11
229	Berlina	INFINITI Q70	5	248	5
230	Deportivo alto	MERCEDES CLASE S	5	226	18
231	Deportivo bajo	VOLKSWAGEN EOS	5	232	14
232	Deportivo bajo	B.M.W. Z4	4	193	56
233	Deportivo alto	PORSCHE BOXSTER	4	239	10
234	Deportivo alto	PORSCHE CAYMAN	4	233	14
235	Monovolumen familiar	RENAULT ESPACE	4	230	16
236	Compacto	SUBARU WRX	4	249	5
237	Utilitario/Polivalente	TATA VISTA	4	222	20
238	TTE Superior	VOLVO XC 90	4	223	20
239	Gran lujo	BENTLEY CONTINENTAL	3	242	8
240	Deportivo alto	FERRARI CALIFORNIA	3	250	5
241	Monovolumen familiar	HYUNDAI H-1	3	255	4
242	Compacto	LANCIA DELTA	3	231	16
243	Gran lujo	LEXUS GS 450 H	3	241	9
244	Deportivo alto	MERCEDES AMG-GT	3	260	3
245	Monovolumen polivalente	B.M.W. i3	2	210	28
246	Familiar	CHEVROLET CRUZE	2	251	5
247	TTE Compacto	CHEVROLET TRAX	2	261	3
248	TTE Familiar	INFINITI QX50	2	243	8
249	Familiar	JAGUAR XE	2	274	2
250	Deportivo alto	LAMBORGHINI AVENTADOR	2	275	2
251	Deportivo alto	LEXUS RC	2	247	6
252	Deportivo alto	MERCEDES CLASE SL	2	256	4
253	Monovolumen familiar	MERCEDES VIANO	2	244	8
254	TTE Superior	MERCEDES CLASE G	2	262	3
255	Berlina	NISSAN ALTIMA	2	276	2
256	Deportivo bajo	NISSAN 370 Z	2	257	4
257	Utilitario/Polivalente	PEUGEOT 207	2	245	7
258	Compacto	TOYOTA PRIUS PLUG-IN	2	263	3
259	Deportivo bajo	B.M.W. SERIE 3	1	264	3
260	Gran lujo	BUICK BUICK	1	287	1
261	Utilitario/Polivalente	CHEVROLET NUEVO AVEO	1	258	4
262	Berlina	CHEVROLET (US) CHEVROLET	1	288	1
263	Deportivo alto	FERRARI F12 BERLINETTA	1	252	5

Rank mes	Modelo	Segmento	Mar. 2015	Rank Acum. 2015	Acum. 2015
264	Deportivo alto	FERRARI FF	1	277	2
265	Berlina	HONDA ACURA/INTEGRA	1	278	2
266	Berlina	HYUNDAI GENESIS	1	246	7
267	Berlina	INFINITI G	1	289	1
268	Deportivo bajo	INFINITI Q60	1	279	2
269	Familiar	LEXUS IS 250	1	280	2
270	Gran lujo	LEXUS LS 600	1	281	2
271	Gran lujo	MASERATI QUATTROPORTE	1	253	5
272	Deportivo bajo	MERCEDES CLASE C	1	200	47
273	Superutilitario	MITSUBISHI IMIEV	1	290	1
274	TTE Compacto	NISSAN QASHQAI+2	1	291	1
275	Utilitario/Polivalente	PEUGEOT 206	1	265	3
276	Deportivo alto	PORSCHE 918	1	292	1
277	Berlina	RENAULT LATITUDE	1	254	5
278	Familiar	SEAT EXEO	1	293	1
279	Deportivo bajo	SUBARU BR-Z	1	294	1
280	TTE Pequeño	SUZUKI SX4	1	234	12
281	Berlina	TESLA MODEL S	1	266	3
282	Compacto	TOYOTA COROLLA	1	267	3
283	TTE Familiar	TOYOTA HIGHLANDER	1	268	3
284	Familiar	VOLVO V50	1	295	1
285	Berlina	VOLVO V70	1	269	3
286	Deportivo alto	B.M.W. i8	0	270	3
287	Gran lujo	BENTLEY FLYING SPUR	0	296	1
288	Familiar	CHEVROLET MALIBU	0	282	2
289	TTE Familiar	CHEVROLET CAPTIVA	0	271	3
290	Monovolumen familiar	CITROEN C8	0	259	4
291	Familiar	HYUNDAI ELANTRA	0	297	1
292	Monovolumen familiar	HYUNDAI i800	0	272	3
293	TTE Superior	INFINITI FX	0	298	1
294	Compacto	LADA PRIORA	0	283	2
295	TTE Pequeño	LADA NIVA	0	284	2
296	Deportivo alto	LAMBORGHINI HURACAN	0	285	2
297	Berlina	LANCIA THEMA	0	299	1
298	Deportivo bajo	LOTUS ELISE	0	300	1
299	TTE Compacto	MAHINDRA GOA	0	301	1
300	Deportivo alto	MASERATI GRAN TURISMO	0	302	1
301	Deportivo alto	MERCEDES CLASE SLS	0	303	1
302	Familiar	MITSUBISHI LANCER	0	304	1
303	Monovolumen familiar	PEUGEOT 807	0	273	3
304	Berlina	PONTIAC PONTIAC	0	305	1
305	Monovolumen familiar	RENAULT GRAN ESPACE	0	306	1
306	Berlina	SAAB 9-5	0	307	1
307	Compacto	SUBARU IMPREZA	0	308	1
308	Superutilitario	SUZUKI ALTO	0	309	1
309	Monovolumen familiar	TATA ARIA	0	286	2
310	Gran lujo	VOLKSWAGEN PHAETON	0	310	1
AUTOMÓVILES			112.792	263.602	

# La información del motor al minuto

Descubre una nueva era informativa... RENTING automoción

La Tribuna de Automoción.es

Portada España Internacional Opinión Concesionario y Taller Mercado Par Motor Ecoauto Financiación Vehículos Salones

MARCAS DE AUTOMÓVILES

La velocidad responsable del 22% de los fallecidos

ULTIMO: Debido España impulsa una nueva estrategia de distribución para aumentar su cifra de negocio

LA TRIBUNA DE AUTOMOCIÓN

1ª QUINCENA DE ENERO

Mercedes-Benz cierra la venta de su concesión de Sevilla al Grupo Concesur

El mercado de vehículos crece un 20%

Haz clic para leer

ESTADÍSTICAS NACIONALES

	Diciembre 2014	%	Acum. 2014	Acum. 14/13
Matriculaciones				
Automóviles	74.321	12,50	807.286	11,8
Licencias	8.195	14,31	76.922	14,36
Propinas	4.026	42,14	26.754	15,81

URGENTE

La Tribuna de Automoción.es

**Industria prepara un PIVE 8 que podría tener un presupuesto superior a 200 millones de euros**

El Ministerio de Industria considerará en las próximas semanas la octava edición del Plan PIVE que podría tener una dotación superior a 200 millones de euros, según fuentes cercanas a la elaboración del programa de incentivos.

Estas mismas fuentes han afirmado que el PIVE 8 «será»...

¡Suscríbete ya!

Si no desea seguir recibiendo este boletín puede darse de baja enviando un correo a la dirección de correo: [unsubscribe@tribunaautomocion.es](mailto:unsubscribe@tribunaautomocion.es)

Entonces, cuando la crisis ni se vislumbraba, se lograron un total de 12.449 unidades

## Los derivados registran el mejor marzo desde 2007

Las matriculaciones de derivados alcanzaron las 9.378 unidades en marzo, el mayor volumen logrado en un mes desde febrero de 2008. El primer trimestre cerró con un crecimiento del 40% sobre la cifra del año pasado y doblando las ventas registradas en 2013.

POR A. G. M.

**E**l mercado de derivados sigue su ritmo imparable de crecimiento. En marzo, las ventas encadenaron dos años consecutivos creciendo y parece que lo celebraron alcanzando las 9.378 unidades, un 80% más que hace un año, el mayor volu-

men desde febrero de 2008 y el mejor marzo desde 2007. Entonces, cuando la crisis todavía no se vislumbraba, se lograron 12.449 unidades, un 25% menos que ahora, unos números que difícilmente se van a poder alcanzar a corto plazo.

Por lo pronto, el objetivo

sería alcanzar las ventas de 2008, que en el primer trimestre del año registraron un total de 25.671 unidades frente a las 20.689 del mismo periodo de 2015. Esta cifra es un 40% superior a la del año pasado y el doble de la de hace dos años, cuando el mercado tocó fondo.

### La Berlingo arrasa

Por marcas, la Citroën Berlingo fue la ganadora absoluta de marzo, al matricular un total de 2.073 unidades (+108,8%), frente a 1.601 de la Partner (+76,9%) y las 1.227 de la Kangoo (+49,6%).

En lo que va de año, la Berlingo también es líder del mercado, con un total de 3.998, lo que supone un incremento del 27,6% con respecto al mismo periodo del año pasado. Por su parte, la Partner alcanzó las 3.466 unidades hasta marzo (+24%), mientras que la Kangoo, con 2.799 unidades, registró un crecimiento del 49,3%.

Por detrás, la Dacia Dokker ha tenido un aumento del 19%, la Volkswagen Caddy de un 52%, y la Transit Courier lleva acumuladas 957 unidades en los tres primeros meses del ejercicio.

**El mercado acumula dos años ininterrumpidos creciendo y parece que el mercado lo celebró con un incremento en marzo del 80% sobre los datos de 2014**



### Matriculaciones - nuevos

● 2015 ● 2014



### RANKING POR MARCAS

Rank mes	Marca	Mar.15	Mar.14	Cuota Mar.15	Cuota Mar.14	Cuota Mar.15-14	% Mar.15-14	Rank acum.	Acum. 2015	Acum. 2014	Cuota acum. 15	Cuota acum. 14	Cuota acum. 15/14	% Acum. 15-14
1	CITROEN	2.178	1.090	23,22	20,93	2,29	99,82	1	4.322	3.491	20,89	23,63	-2,74	23,8
2	PEUGEOT	1.723	1.037	18,37	19,92	-1,54	66,15	2	3.854	3.138	18,63	21,24	-2,61	22,82
3	RENAULT	1.242	872	13,24	16,75	-3,5	42,43	3	2.887	2.052	13,95	13,89	0,06	40,69
4	DACIA	912	664	9,72	12,75	-3,03	37,35	4	2.519	2.117	12,18	14,33	-2,15	18,99
5	FORD	820	236	8,74	4,53	4,21	247,46	5	1.832	627	8,85	4,24	4,61	192,19
6	FIAT	829	421	8,84	8,09	0,75	96,91	6	1.761	1.186	8,51	8,03	0,48	48,48
7	VOLKSWAGEN	738	366	7,87	7,03	0,84	101,64	7	1.528	1.005	7,39	6,8	0,58	52,04
8	NISSAN	478	336	5,1	6,45	-1,36	42,26	8	952	606	4,6	4,1	0,5	57,1
9	OPEL	230	74	2,45	1,42	1,03	210,81	9	501	247	2,42	1,67	0,75	102,83
10	MERCEDES	165	106	1,76	2,04	-0,28	55,66	10	417	292	2,02	1,98	0,04	42,81
11	SEAT	49	1	0,52	0,02	0,5	4800	11	70	3	0,34	0,02	0,32	2233,33
12	TOYOTA	7	0	0,07	0	0,07	100	12	21	0	0,1	0	0,1	100
13	PIAGGIO	2	0	0,02	0	0,02	100	13	14	0	0,07	0	0,07	100
14	GOUPIL	5	1	0,05	0,02	0,03	400	14	11	4	0,05	0,03	0,03	175
15	SKODA	0	3	0	0,06	-0,06	-100	15	0	5	0	0,03	-0,03	-100
TOTAL		9.378	5.207	100	100	0	80,1		20.689	14.775	100	100	0	40,05

### DERIVADOS NUEVOS

	2015	2014	2013	% 15/14	Acum. 2015	Acum. 2014	Acum. 2013	Acum. 15/14
ENERO	4.923	4.239	2.640	16,14	4.923	4.239	2.640	16,14
FEBRERO	6.388	5.327	3.417	19,92	11.311	9.566	6.057	18,24
MARZO	9.378	5.207	4.466	80,10	20.689	14.773	10.523	40,05
ABRIL		7.140	3.975			21.913	14.498	
MAYO		6.702	4.240			28.615	18.738	
JUNIO		6.743	5.468			35.358	24.206	
JULIO		6.954	5.334			42.312	29.540	
AGOSTO		3.974	3.357			46.286	32.897	
SEPTIEMBRE		5.069	4.222			51.355	37.119	
OCTUBRE		7.315	5.012			58.670	42.131	
NOVIEMBRE		4.937	4.601			63.607	46.732	
DICIEMBRE		6.725	5.414			70.332	52.146	

### DERIVADOS REMATRICULADOS

	2015	2014	2013	% 15/14	Acum. 2015	Acum. 2014	Acum. 2013	Acum. 15/14
ENERO	67	33	28	103,03	67	33	28	103,03
FEBRERO	64	40	29	60,00	131	73	57	79,45
MARZO	75	38	32	97,37	206	111	89	85,59
ABRIL		50	40			161	129	
MAYO		65	36			226	165	
JUNIO		38	34			264	199	
JULIO		72	51			336	250	
AGOSTO		54	30			390	280	
SEPTIEMBRE		35	32			425	312	
OCTUBRE		72	35			497	347	
NOVIEMBRE		56	35			553	382	
DICIEMBRE		79	31			632	413	

### POR MODELOS

Ranking mes	Modelo	Mar. 2015	Ranking acumulado	Acumulado 2015
1	CITROËN BERLINGO	2.073	1	3.998
2	PEUGEOT PARTNER	1.601	2	3.466
3	RENAULT KANGOO	1.227	3	2.799
4	DACIA DOKKER	912	4	2.519
5	VOLKSWAGEN CADDY	738	5	1.528
6	FORD TRANSIT COURIER	486	6	957
7	NISSAN NV200	478	7	952
8	FIAT DOBLO COMBI	416	9	594
9	FIAT FIORINO	256	8	826
10	FORD TOURNEO CONNECT	217	10	576
11	OPEL COMBO	180	11	446
12	MERCEDES CITAN	165	12	417
13	FIAT DOBLO FURGON	149	13	327
14	CITROËN NEMO	104	14	319
15	PEUGEOT BIPPER	93	15	317
16	FORD TRANSIT CONNECT	63	16	174
17	FORD FIESTA VAN	54	17	125
18	OPEL CORSA VAN	50	21	55
19	SEAT IBIZA COMERCIAL	49	20	70
20	PEUGEOT 208 COMERCIAL	29	19	71
21	RENAULT CLIO MARKET	15	18	85
22	FIAT PANDA VAN	7	24	13
23	TOYOTA YARIS VAN	7	22	21
24	GOUPIL G3	5	25	9
25	PIAGGIO A.P.E.	2	23	14
26	CITROËN C3 COMERCIAL	1	26	5
27	FIAT GRANDE PUNTO VAN	1	29	1
28	GOUPIL G5	0	28	2
29	RENAULT TWINGO SOCIETE	0	27	3
TOTAL		9.378		20.689

### MATRICULACIONES POR SERVICIO

#### DERIVADOS NUEVOS

Tipo de servicio	Acumulado 2015	Cuota acumulado 2015	Acumulado 2014	Cuota acumulado 2014	% acumulado 15/14
PRIVADO	16.531	79,9	11.812	79,96	39,95
RENT A CAR	3.935	19,02	2.786	18,86	41,24
SERVICIO PUBLICO	131	0,63	98	0,66	33,67
AUTO-TAXI	92	0,44	77	0,52	19,48
GRAN TURISMO	0	0	0	0	0
AUTOESCUELA	0	0	0	0	0
TRANSPORTE ESCOLAR	0	0	0	0	0
TOTAL	20.689	100	14.775	100	40,05


**UNIÓN EUROPEA**

España es el país que más aporta al crecimiento europeo con 16.000 unidades adicionales

# Los grandes mercados tiran de las ventas

Las matriculaciones en la Unión Europea crecieron en febrero por 18º mes consecutivo un 7,3%, con España, Italia y Reino Unido con aumentos de dos dígitos. Sus buenos números contrastan con los de otros 12 países, cuyas ventas retrocedieron e impiden una recuperación más clara del mercado.

POR ALBERTO GUTIÉRREZ MOLINERO



España lideró las ventas en Europa, mientras que Seat impulsó las del Grupo Volkswagen, con un crecimiento del 23,1%.

**E**l mercado de la Unión Europea sigue dando muestras de recuperación, impulsada por los cinco grandes mercados, cuyas ventas se incrementaron en febrero un 10,2%, acaparando casi el 100% del crecimiento de la Unión en el mes y el 72,4% de todos los automóviles entregados.

España destacó especialmente, con un total de 86.717 unidades

total al situarse con 6.000 unidades más, con un crecimiento del 4,45%.

Si el crecimiento europeo no fue mayor fue porque de los 22 países restante de la Unión —sin contar a Malta, cuyas estadísticas no se ofrecen— 12 de ellos registraron un volumen de ventas inferior al del año pasado, liderados por Austria, con un total de 7.000 unidades menos que el año pasado en febrero (-25,2%).

Sin embargo, en palabras de Carlos Da Silva, directivo de IHS en Europa, las marcas están mejorando su mix de ventas gracias a que los europeos se decantan cada vez más por modelos de un mayor valor añadido y equipamiento, es decir, más caros. IHS mantiene una previsión de crecimiento del 2,2% para este año hasta los 12,87 millones de unidades. De momento, en lo que va de año, el mercado se ha situado con un total de 1.923.484 unidades, un 7% más que en los dos primeros meses de 2014.

## VW y Renault lideran

Por marcas, entre los grandes fabricantes, Renault fue la que más creció porcentualmente, con un incremento del 14,5%, situándose como segunda marca del mercado por detrás de Volkswagen, que en un mes más es líder destacado y que además tuvo un crecimiento en febrero del 13%. Las principales marcas del grupo alemán crecieron, sobre todo Porsche (+40,9%) y Seat (+23,1%).

Por su parte, el grupo PSA sigue sin crecer claramente. Por segundo mes consecutivo, Peugeot fue la única marca del grupo que creció, mientras que Citroën se mantuvo en el nivel del año pasado y DS cayó con fuerza.

Las premium tuvieron, en general, un buen comportamiento como BMW (+13,7%), Mercedes (+9,3%) o Lexus (+35,6%).

## Volkswagen y Renault fueron las dos marcas más vendidas en febrero y además lideraron el crecimiento con un aumento del 13% y del 14,5%, respectivamente

matriculadas (+26,1%), 18.000 más que el año pasado, siendo el país con mayor crecimiento en volumen y el tercero en términos porcentuales, sólo por detrás de Portugal y República Checa. Le siguió Italia, que sumó 16.000 unidades más que en febrero de 2014 y un aumento del 13,2%, mientras que Alemania logró un crecimiento del 6,6%, (+14.000 unidades) Reino Unido, del 12% (+8.000 unidades) y hasta Francia creció con más fuerza de la habi-

Además de los cinco grandes mercados, los que crecieron fueron, sobre todo, los más azotados por la crisis, como Portugal, Hungría, Grecia y República Checa.

Según la consultora IHS, el mercado europeo vive su mejor momento de los últimos seis años, a pesar de que los niveles de ventas siguen siendo muy bajos y a pesar de las fuertes promociones que están llevando a cabo marcas y concesionarios, lo que limita su rentabilidad.

## MATRICULACIONES EN LA UE

### PAÍSES

	Febrero			Acumulado		
	2015	2014	Var %	2015	2014	Var %
Austria	20.641	27.589	-25,18	44.068	51.579	-14,56
Bélgica	44.504	46.140	-3,55	91.828	95.724	-4,07
Bulgaria	1.481	1.520	-2,57	2.900	2.883	0,59
Croacia	2.174	2.145	1,35	4.556	4.272	6,65
Chipre	625	636	-1,73	1.471	1.367	7,61
R. Checa	16.383	12.779	28,20	32.110	26.417	21,55
Dinamarca	13.595	14.756	-7,87	29.618	31.023	-4,53
Estonia	1.223	1.399	-12,58	2.847	3.040	-6,35
Finlandia	7.989	8.180	-2,33	18.257	20.877	-12,55
Francia	147.584	141.290	4,45	280.754	266.744	5,25
Alemania	223.254	209.349	6,64	434.591	415.345	4,63
Grecia	4.894	4.355	12,38	10.742	10.736	0,06
Hungría	5.895	4.957	18,92	10.776	9.330	15,50
Irlanda	15.803	12.711	24,33	45.689	35.604	28,33
Italia	134.697	118.976	13,21	266.555	237.441	12,26
Letonia	829	903	-8,19	1.977	1.869	5,78
Lituania	1.067	1.094	-2,47	2.489	2.270	9,65
Luxemburgo	3.783	4.123	-8,25	6.988	7.538	-7,30
Holanda	33.944	33.296	1,95	81.596	77.664	5,06
Polonia	28.396	32.593	-12,88	58.069	61.774	-6,00
Portugal	14.299	10.547	35,57	26.151	19.808	32,02
Rumanía	4.116	3.650	12,77	9.094	8.768	3,72
Eslovaquia	5.304	5.385	-1,50	9.876	10.840	-8,89
Eslovenia	4.550	4.047	12,43	9.689	8.693	11,46
<b>España</b>	<b>86.717</b>	<b>68.763</b>	<b>26,11</b>	<b>154.836</b>	<b>122.199</b>	<b>26,71</b>
Suecia	23.735	21.525	10,27	44.143	40.198	9,81
R. Unido	76.958	68.736	11,96	241.814	223.298	8,29
<b>Total Europa</b>	<b>924.440</b>	<b>861.444</b>	<b>7,31</b>	<b>1.923.484</b>	<b>1.797.301</b>	<b>7,02</b>
<b>Europa 15</b>	<b>852.397</b>	<b>790.336</b>	<b>7,85</b>	<b>1.777.630</b>	<b>1.655.778</b>	<b>7,36</b>
<b>Europa 12</b>	<b>72.043</b>	<b>71.108</b>	<b>1,31</b>	<b>145.854</b>	<b>141.523</b>	<b>3,06</b>
Islandia	632	495	27,68	1.312	1.037	26,52
Noruega	10.685	11.246	-4,99	21.208	22.631	-6,29
Suiza	22.388	21.931	2,08	40.788	42.145	-3,22
<b>FFTA</b>	<b>33.705</b>	<b>33.672</b>	<b>0,10</b>	<b>63.308</b>	<b>65.813</b>	<b>-3,81</b>
<b>EU+FFTA</b>	<b>958.145</b>	<b>895.116</b>	<b>7,04</b>	<b>1.986.792</b>	<b>1.863.114</b>	<b>6,64</b>
<b>EU15+FFTA</b>	<b>886.102</b>	<b>824.008</b>	<b>7,54</b>	<b>1.840.938</b>	<b>1.721.591</b>	<b>6,93</b>

### MARCAS

	Febrero			Acumulado		
	2015	2014	Var %	2015	2014	Var %
<b>Grupo VW</b>	<b>233.527</b>	<b>210.285</b>	<b>11,05</b>	<b>488.297</b>	<b>448.843</b>	<b>8,79</b>
<b>VOLKSWAGEN</b>	<b>115.021</b>	<b>101.827</b>	<b>12,96</b>	<b>243.855</b>	<b>221.300</b>	<b>10,19</b>
<b>AUDI</b>	<b>47.859</b>	<b>46.495</b>	<b>2,93</b>	<b>101.448</b>	<b>99.114</b>	<b>2,35</b>
<b>SKODA</b>	<b>40.855</b>	<b>38.081</b>	<b>7,28</b>	<b>83.737</b>	<b>79.601</b>	<b>5,20</b>
<b>SEAT</b>	<b>25.784</b>	<b>20.954</b>	<b>23,05</b>	<b>50.042</b>	<b>42.200</b>	<b>18,58</b>
<b>PORSCHE</b>	<b>3.886</b>	<b>2.758</b>	<b>40,90</b>	<b>8.889</b>	<b>6.211</b>	<b>43,12</b>
Otros	122	170	-28,24	326	417	-21,82
<b>Grupo PSA</b>	<b>105.611</b>	<b>104.464</b>	<b>1,10</b>	<b>213.589</b>	<b>214.104</b>	<b>-0,24</b>
<b>PEUGEOT</b>	<b>61.094</b>	<b>58.483</b>	<b>4,46</b>	<b>123.552</b>	<b>118.693</b>	<b>4,09</b>
<b>CITROËN</b>	<b>39.965</b>	<b>40.234</b>	<b>-0,67</b>	<b>80.138</b>	<b>83.225</b>	<b>-3,71</b>
<b>DS</b>	<b>4.552</b>	<b>5.747</b>	<b>-20,79</b>	<b>9.899</b>	<b>12.186</b>	<b>-18,77</b>
<b>Grupo RENAULT</b>	<b>95.273</b>	<b>86.666</b>	<b>9,93</b>	<b>190.616</b>	<b>173.337</b>	<b>9,97</b>
<b>RENAULT</b>	<b>68.448</b>	<b>59.773</b>	<b>14,51</b>	<b>133.510</b>	<b>118.229</b>	<b>12,92</b>
<b>DACIA</b>	<b>26.825</b>	<b>26.893</b>	<b>-0,25</b>	<b>57.106</b>	<b>55.108</b>	<b>3,63</b>
<b>FORD</b>	<b>60.924</b>	<b>57.009</b>	<b>6,87</b>	<b>129.478</b>	<b>122.426</b>	<b>5,76</b>
<b>Grupo FCA</b>	<b>65.060</b>	<b>58.150</b>	<b>11,88</b>	<b>127.876</b>	<b>116.736</b>	<b>9,54</b>
<b>FIAT</b>	<b>48.124</b>	<b>45.617</b>	<b>5,50</b>	<b>95.154</b>	<b>90.497</b>	<b>5,15</b>
<b>LANCIA/CHRYSLER</b>	<b>5.883</b>	<b>5.559</b>	<b>5,83</b>	<b>11.445</b>	<b>12.348</b>	<b>-7,31</b>
<b>ALFA ROMEO</b>	<b>4.590</b>	<b>4.445</b>	<b>3,26</b>	<b>8.522</b>	<b>8.785</b>	<b>-2,99</b>
<b>JEEP</b>	<b>6.066</b>	<b>2.017</b>	<b>200,74</b>	<b>11.737</b>	<b>4.010</b>	<b>192,69</b>
Otros	397	512	-22,46	1.018	1.096	-7,12
<b>Grupo GM</b>	<b>59.269</b>	<b>64.303</b>	<b>-7,83</b>	<b>122.062</b>	<b>128.992</b>	<b>-5,37</b>
<b>OPEL/VAUXHALL</b>	<b>59.096</b>	<b>55.603</b>	<b>6,28</b>	<b>121.665</b>	<b>109.668</b>	<b>10,94</b>
<b>CHEVROLET</b>	<b>173</b>	<b>8.689</b>	<b>-98,01</b>	<b>383</b>	<b>19.301</b>	<b>-98,02</b>
Otros	0	11	-100,00	14	23	-39,13
<b>Grupo BMW</b>	<b>56.126</b>	<b>48.053</b>	<b>16,80</b>	<b>116.655</b>	<b>103.571</b>	<b>12,63</b>
<b>BMW</b>	<b>45.870</b>	<b>40.354</b>	<b>13,67</b>	<b>95.480</b>	<b>87.033</b>	<b>9,71</b>
<b>MINI</b>	<b>10.256</b>	<b>7.699</b>	<b>33,21</b>	<b>21.175</b>	<b>16.538</b>	<b>28,04</b>
<b>DAIMLER</b>	<b>49.842</b>	<b>44.026</b>	<b>13,21</b>	<b>106.132</b>	<b>92.957</b>	<b>14,17</b>
<b>MERCEDES</b>	<b>42.841</b>	<b>39.193</b>	<b>9,31</b>	<b>92.724</b>	<b>83.415</b>	<b>11,16</b>
<b>SMART</b>	<b>7.001</b>	<b>4.833</b>	<b>44,86</b>	<b>13.408</b>	<b>9.542</b>	<b>40,52</b>
<b>Grupo TOYOTA</b>	<b>40.055</b>	<b>37.227</b>	<b>7,60</b>	<b>89.058</b>	<b>81.916</b>	<b>8,72</b>
<b>TOYOTA</b>	<b>38.351</b>	<b>35.970</b>	<b>6,62</b>	<b>84.233</b>	<b>78.515</b>	<b>7,28</b>
<b>LEXUS</b>	<b>1.704</b>	<b>1.257</b>	<b>35,56</b>	<b>4.825</b>	<b>3.401</b>	<b>41,87</b>
<b>NISSAN</b>	<b>37.921</b>	<b>29.432</b>	<b>28,84</b>	<b>80.588</b>	<b>60.851</b>	<b>32,43</b>
<b>HYUNDAI</b>	<b>29.901</b>	<b>29.665</b>	<b>0,80</b>	<b>62.220</b>	<b>59.566</b>	<b>4,46</b>
<b>KIA</b>	<b>25.139</b>	<b>23.460</b>	<b>7,16</b>	<b>50.645</b>	<b>47.568</b>	<b>6,47</b>
<b>VOLVO CAR CORP</b>	<b>15.930</b>	<b>14.957</b>	<b>6,51</b>	<b>33.878</b>	<b>30.513</b>	<b>11,03</b>
<b>MAZDA</b>	<b>11.156</b>	<b>11.283</b>	<b>-1,13</b>	<b>24.448</b>	<b>25.211</b>	<b>-3,03</b>
<b>SUZUKI</b>	<b>11.548</b>	<b>12.520</b>	<b>-7,76</b>	<b>22.404</b>	<b>24.220</b>	<b>-7,50</b>
<b>MITSUBISHI</b>	<b>7.953</b>	<b>5.407</b>	<b>47,09</b>	<b>18.144</b>	<b>10.281</b>	<b>76,48</b>
<b>Grupo JAGUAR LAND ROVER</b>	<b>7.339</b>	<b>7.163</b>	<b>2,44</b>	<b>18.077</b>	<b>18.235</b>	<b>-0,87</b>
<b>LAND ROVER</b>	<b>6.401</b>	<b>6.055</b>	<b>5,70</b>	<b>15.700</b>	<b>15.287</b>	<b>2,70</b>
<b>JAGUAR</b>	<b>938</b>	<b>1.108</b>	<b>-15,34</b>	<b>2.377</b>	<b>2.948</b>	<b>-19,37</b>
<b>HONDA</b>	<b>7.546</b>	<b>8.030</b>	<b>-6,03</b>	<b>16.088</b>	<b>17.087</b>	<b>-5,85</b>
<b>OTROS</b>	<b>1.961</b>	<b>2.042</b>	<b>-3,97</b>	<b>3.875</b>	<b>4.161</b>	<b>-6,87</b>

## EE.UU.

Las matriculaciones de automóviles se situaron por debajo de las previsiones

## El mal tiempo ralentiza las ventas en febrero

El mercado estadounidense creció un 5,4% en febrero, impulsado, un mes más, por los todoterrenos, que aumentaron el 11,3%, mientras que los turismos cayeron un 1,13%, afectados especialmente por las tormentas de nieve sufridas en el Medio Oeste y en el Noreste del país durante la última semana del mes.

Por A.G.M.



Febrero ha sido el primer mes desde junio en que las ventas de Subaru han crecido por debajo del 20%.

**Las que mantuvieron el tipo en febrero fueron aquellas marcas que tienen en su gama una buena oferta de vehículos todoterrenos como Subaru, GMC o Jeep**

A mitad del mes de febrero, la mayoría de los analistas pronosticaban que el mes cerraría con un incremento de entre el 8 y el 9%, según publicaba el columnista de *Automotive News* Jesse Snyder. Sin embargo, las tormentas y la nieve golpearon buena parte del país, sobre todo el Medio Oeste y el Noreste, los días con más ventas del mes, lo que ha provocado un descenso en las matriculaciones

en esas zonas, arrastrando al mercado a un ascenso por debajo de lo esperado del 5,42%, hasta un total de 1.252.466 unidades.

En este contexto, los que mantuvieron el tipo fueron aquellas marcas que menos dependen de estas zonas y son más fuertes, por ejemplo, en California, o aquellos que tienen en su gama una buena oferta de vehículos todoterrenos, a prueba de tormentas de nieve, cuyas ventas crecieron un 11,3%,

frente a la caída del 1,13% de los turismos.

Éste ha sido el caso de Subaru, cuyas ventas crecieron un 18,47%. El crecimiento de esta marca ha sido espectacular durante los últimos años, de hecho, es la primera vez desde el mes de junio, que crece por debajo del 20%.

También se ha visto beneficiado GMC, que alcanzó el 19,3% de crecimiento en febrero o Jeep, que sigue tirando del grupo Fiat Chrysler al crecer un 21% en el mes. La compañía italoamericana ha sido una de las más afectadas por el parón de las ventas en buena parte del país y ha dejado su crecimiento en apenas un 5,56%, lastrada por la caída del 15% en la marca Dodge.

Otra de las más afectadas ha sido Ford, que alcanzó en febrero 176.030 unidades, un 2% menos que hace un año. Es el cuarto de los últimos seis meses que la compañía del óvalo ve cómo sus ventas caen, el octavo en los últimos 14 meses, y esta vez no se salvó ni Lincoln, que llevaba cinco meses consecutivos creciendo por encima del 10%.

La compañía estadounidense explica este descenso en el efecto del F-Series de aluminio, que

## VENTAS EN EE. UU.

### MARCAS

	Febrero			Acumulado		
	2014	2013	Var. %	2014	2013	Var. %
<b>Total Norte América</b>	<b>408.405</b>	<b>402.424</b>	<b>1,49</b>	<b>785.842</b>	<b>724.895</b>	<b>8,41</b>
Ford	176.030	179.619	-2,00	349.885	329.813	6,09
General Motors	231.378	222.104	4,18	434.164	393.590	10,31
Tesla Motors	997	701	42,23	1.793	1.492	20,17
<b>Total Asia</b>	<b>575.725</b>	<b>531.025</b>	<b>8,42</b>	<b>1.101.717</b>	<b>997.777</b>	<b>10,42</b>
Honda	105.466	100.405	5,04	207.650	192.036	8,13
Hyundai	52.505	49.003	7,15	97.010	93.008	4,30
Isuzu	280	528	-46,97	407	1.118	-63,60
Kia Motors	44.030	41.218	6,82	82.329	78.229	5,24
Mazda	25.650	24.341	5,38	45.921	43.154	6,41
Mitsubishi	7.533	5.977	26,03	14.026	10.844	29,34
Nissan	118.436	115.360	2,67	222.543	205.850	8,12
Subaru	41.358	34.909	18,47	82.170	67.909	21,00
Suzuki	0	0	0,00	0	0	0,00
Toyota	180.467	159.284	13,30	349.661	305.649	14,40
<b>Total Europa</b>	<b>268.336</b>	<b>254.592</b>	<b>5,40</b>	<b>510.639</b>	<b>473.079</b>	<b>7,94</b>
Audi	11.455	10.881	5,28	22.996	20.982	9,60
BMW	28.921	24.476	18,16	51.130	45.272	12,94
Daimler	25.776	24.985	3,17	52.412	49.426	6,04
FCA	162.933	154.357	5,56	307.068	281.103	9,24
Jaguar Land Rover	6.327	5.558	13,84	12.874	11.579	11,18
Porsche	3.202	3.232	-0,93	7.139	6.328	12,82
Volkswagen	25.710	27.112	-5,17	49.214	50.606	-2,75
Volvo	4.012	3.991	0,53	7.806	7.783	0,30
<b>Total vehículos</b>	<b>1.252.466</b>	<b>1.188.041</b>	<b>5,42</b>	<b>2.398.198</b>	<b>2.195.751</b>	<b>9,22</b>

### POR TIPO DE VEHÍCULO

	Febrero			Acumulado		
	2015	2014	Var. %	2015	2014	Var. %
<b>Total Norte América</b>	<b>1.003.118</b>	<b>934.779</b>	<b>7,31</b>	<b>1.917.687</b>	<b>1.720.348</b>	<b>11,47</b>
Turismos	417.699	411.413	1,53	800.793	752.483	6,42
Todoterrenos	585.419	523.366	11,86	1.116.894	967.865	15,40
<b>Total importados</b>	<b>249.348</b>	<b>253.262</b>	<b>-1,55</b>	<b>480.511</b>	<b>475.403</b>	<b>1,07</b>
Turismos	139.843	152.503	-8,30	270.987	288.243	-5,99
Todoterrenos	109.505	100.759	8,68	209.524	187.160	11,95
<b>Total</b>	<b>1.252.466</b>	<b>1.188.041</b>	<b>5,42</b>	<b>2.398.198</b>	<b>2.195.751</b>	<b>9,22</b>

## LOS 10 MÁS VENDIDOS EN EE.UU.

### TURISMOS & TODOTERRENOS

	Acumulado febrero 2015			
	Turismos		Todoterrenos	
1	Toyota CAMRY	59.705	Ford F SERIES	102.377
2	Toyota COROLLA	55.196	Chevrolet SILVERADO	81.501
3	Nissan ALTIMA	54.882	Ram RAM PICKUP	58.391
4	Honda ACCORD	42.627	Honda CR-V	45.509
5	Ford FUSION	42.426	Toyota RAV4	41.767
6	Honda CIVIC	39.737	Chevrolet EQUINOX	41.278
7	Chevrolet CRUZE	36.994	Ford ESCAPE	40.969
8	Ford FOCUS	32.497	Nissan ROGUE	37.068
9	Chrysler 200 SERIES	29.962	Ford EXPLORER	35.649
10	Nissan SENTRA	29.749	Jeep CHEROKEE	29.180

FUENTE: WARDAUTO.

todavía no es capaz de satisfacer a toda la demanda que hay en el mercado. A pesar de ello, las ventas a particular de este modelo crecieron un 7%, pero en total cayeron un 1,2%. Fue de las pocas marcas en las que el comportamiento de sus todoterrenos fue peor que las de los turismos, con un incremento del Mustang del 33%, mientras que el Escape y el Edge perdieron ventas.

### Toyota, 2ª en febrero

Su mayor rival en el mercado norteamericano, Toyota, cuyo negocio depende en gran parte de California, veía cómo sus ventas crecieron muy por encima de la media nacional, con un total de 180.467 unidades (+13,3%) y superaba a Ford como segunda marca del mercado en febrero, por primera vez desde hace seis meses. La compañía fue impulsada por el Rav4, cuyas ventas se incrementaron un 33%, mientras que los dos turismos más vendi-

dos siguen siendo los suyos, el Toyota Camry, con un aumento del 14% y el Corolla, que sumó un 10% más de matriculaciones que en el mismo mes de 2014.

Además, su marca *premium*, Lexus, también sigue su tendencia al alza y contribuyó al ascenso de la compañía en el mercado estadounidense, al crecer un 22% impulsado por el crossover compacto NX. La firma *premium* se situó tercera entre las de lujo, acercándose a sus máximos rivales, BMW y Mercedes.

Sin salir del segmento de alta gama, sólo Audi mantuvo el tipo dentro del Grupo Volkswagen, volviendo a conseguir récord de ventas para un mes de febrero. Con todo, tanto esta marca como las demás del grupo se vieron afectadas por el mal tiempo, lo que hizo que Porsche perdiera 30 ventas (-0,93%), y la marca Volkswagen, 1.400 (-5,17%). Sólo el Golf consiguió salvar los muebles para la marca consiguiendo doblar sus ventas en febrero.

El 60º cumpleaños del Tiburón

# El clásico DS Tiburón de Citroën está de aniversario



El histórico automóvil del fabricante francés está de celebración. Ha pasado más de medio siglo desde su presentación en el Salón de París de 1955 y este clásico sigue conquistando a fieles admiradores por todas partes del mundo. Con una selecta exposición de fotografías del DS Tiburón se celebraron los 60 cumpleaños desde su lanzamiento.

**E**ste icónico modelo nació en Francia en 1955 y, para celebrar sus seis décadas de vida, la marca gala ha organizado una exposición fotográfica en el hotel AC Santo Mauro de Madrid presidida por D. Jérôme Bonnafont, embajador de Francia en Madrid y Rafael Prieto, CEO de Peugeot, Citroën y DS España y Portugal.

El emblemático vehículo ha conseguido hacerse un sólido club de fans, entre los que destaca Inés Sastre. La modelo internacional fue la madrina del acto y se declaró la admiradora número uno del DS Tiburón, «este coche es atemporal y refleja mejor que ninguno el glamour de los años dorados del cine francés» y añade que, además de por su estética, tiene afecto por este automóvil a nivel personal «recuerdo a mis amigos Jean-Paul Belmondo y Alain Delon conduciendo el Tiburón» declara Sastre.

Durante la exposición los asistentes pudieron ver treinta y seis imágenes en las que revivieron acontecimientos a lo largo de la historia en los que estuvo presente el automóvil. Por ejemplo, cuando el Papa Juan XXIII bendijo un Tiburón en 1959 o cuando Jackie Ken-

edy se desplazó con un DS en una de sus visitas a París.

El DS entró en escena en el Salón del Automóvil de París de 1955 dejando a los visitantes y periodistas entusiasmados con sus líneas de vanguardia. Este elegante vehículo pronto dejó pclaras sus expectativas de ser referencia del sector cuando 10 días después del Salón ya se habían realizado 80.000 pedidos.

## El DS siempre por delante

El siguiente modelo fue el DS 19 que se presentó en 1959, cuatro años después de su grandioso lanzamiento. Este rediseño también marcó tendencia ya que se propuso en ocho colores de carrocería y con una silueta afinada (se alargan las aletas traseras y se diseñan grandes entradas de ventilación sobre las aletas delanteras). Este emblemático automóvil fue revolucionario también en cuanto a su forma de promoción, ya que protagonizó originales campañas de publicidad desarrolladas por la agencia de Robert Delphire en las que aparecían chicas vestidas con trajes del color de los interiores del modelo.

Los años 50 se consideran los del despegue del DS 19 que tuvo una proyección internacional tras ser exportado a todos

los países de Europa occidental, a casi todos los de la Commonwealth, entre ellos Canadá y Australia, así como Estados Unidos donde contaba con numerosos fieles clientes.

Convertido en símbolo de la elegancia y la vanguardia francesa, el Gobierno de Estados Unidos encarga en 1968 un DS con la condición de que fuese más largo que el Lincoln (entonces vehículo usado por la presidencia). Este DS mide 6,53 metros y cuenta con un

equipamiento de lujo; cristal de separación abombado e inclinado, cristales eléctricos, climatización, iluminación directa e indirecta, interfono y ¡hasta minibar encastrado!

Después de numerosos rediseños del conocido Tiburón, la historia del DS continúa. En septiembre de 2014 se presentó el Divine DS en el Salón del Automóvil de París un vehículo que concentra toda la esencia de la marca con un estilo refinado y una tecnología punta.



## Ford invierte en jóvenes conductores

La marca estadounidense ha invertido este año 2,6 millones de euros en la formación de 5.000 jóvenes conductores en Europa a través del programa «Ford, conduce tu vida». Se ofrecerán cursos prácticos sobre reconocimiento de peligros, conducción del vehículo, gestión del espacio, la velocidad y las distracciones. En concreto, este último aumenta la accidentalidad entre los jóvenes por usar el móvil o las redes sociales.

Desde los inicios de esta iniciativa, en 2013, se han invertido un total de 6,7 millones de euros para formar gratuitamente a 6.100 jóvenes conductores alemanes, belgas, españoles e italianos, entre otros. Los accidentes de circulación siguen siendo la primera causa de muerte de los jóvenes de entre 18 y 24 años.

## Alibaba y SAIC crearán coches con conexión a internet

El gigante chino del comercio electrónico se ha aliado con la Corporación Industrial Automovilística de Shanghai (SAIC) para lanzar en 2016 el primer coche con conexión a internet. Su intención es conseguir un automóvil que pueda combinar sus sistemas de navegación en línea con servicios de comercio electrónico en marcha.

El mayor fabricante estatal chino de automóviles, SAIC, y Alibaba han reunido un capital inicial de 150 millones de euros para conseguir este proyecto automovilístico en un año. Su objetivo es conseguir un tráfico más seguro con vehículos con más capacidad de ayuda a la conducción e incluso pilotaje automático en un futuro.

## Las autoescuelas defienden a sus alumnos

Las autoescuelas madrileñas se movilizan para defender los derechos de sus alumnos después de que la Jefatura Provincial de Tráfico paralizase la realización de exámenes a más de 25.000 aspirantes a la obtención del permiso de conducir.

La falta de funcionarios examinadores hace que se reduzca la capacidad de hacer exámenes en tráfico, por lo que los futuros conductores no pueden planificar ni su formación ni su asistencia al examen ya que no saben la fecha exacta de la prueba, lo que les perjudica y aumenta la probabilidad de suspenso.

Desde la Asociación Provincial de Autoescuelas de Madrid (APAMAD) aseguran que han mantenido reuniones con la Jefatura Provincial para que los funcionarios pudiese hacer horas extraordinarias.

## Sucedió

• **Seat presentó sus cuentas anuales del año pasado**

MARZO 18

Seat redujo sus pérdidas un 56% hasta 65,7 millones de euros. En 2015, podría alcanzar el *break even*.

• **Inaugurado el centro de formación en Martorell**

MARZO 20

Artur Mas inaugura el centro de formación de automoción de Martorell. Se han invertido 17,6 millones de euros.

• **Aspremetal defiende a los talleres de las aseguradoras**

MARZO 21

La asociación celebró su asamblea general y decidió enviar una carta a la CNMC pidiendo protección a los talleres.

• **Ford, VW y Renault analizaron el sector de la Posventa**

MARZO 25

La Tribuna de Automoción y Overlap organizaron una mesa redonda en la que se analizaron problemas y soluciones.

• **Nissan abre las puertas de su Centro Técnico**

MARZO 26

La marca japonesa ha mostrado a la prensa el Centro Técnico de Barcelona, una de las joyas de ingeniería de Nissan.

• **Los nuevos motores de PSA de tres cilindros, a Trémery**

MARZO 27

PSA adjudica el proyecto a la planta francesa, que podrá fabricar 200.000 al año desde 2018. Vigo, también optaba.

• **La ciudad de Vigo acogió la feria Motor Ocasión**

MARZO 27

2.200 personas visitaron el evento, en el que los coches de entre 7.000 y 13.000 euros fueron los más solicitados.

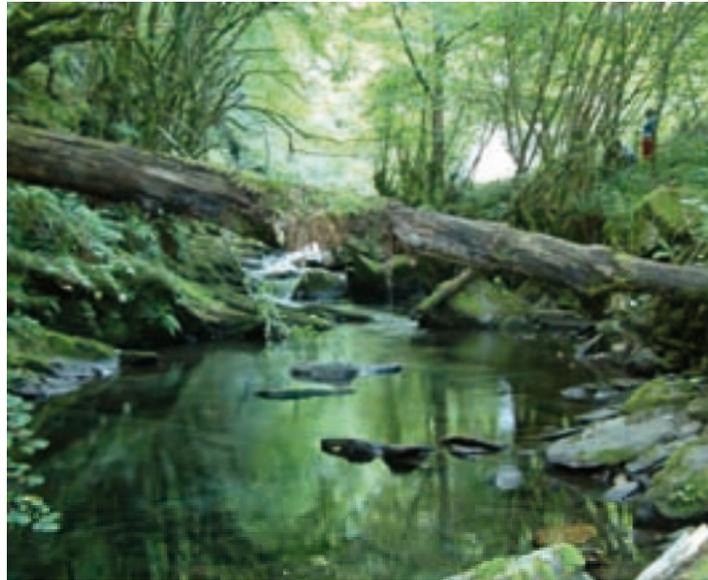
## CAMARA DE COMBUSTIÓN

# Colisión o conflicto

La vida no deja de darnos sorpresas y lo malo es que la balanza siempre se inclina hacia las desagradables. El último mes, ha sido pródigo en noticias nada agradables. Por una parte, la obsesión de la **Comisión Nacional de la Competencia** por trincar puré de los concesionarios y de todo el sector de automoción ha arrojado cifras más dignas del sorteo del **Euromillón** que del gordo del concesionario. Porque, para alguno de estos distribuidores, el estacazo ha sido tremendo, rozando en varios casos el millón de euros de sanción por un posible pacto en la política de precios. Un servidor ni quita ni da razones, pero me parece que se están cebando con un negocio que después de haber pasado una temporada realmente mala, parecía ver la luz alumbrado por los datos positivos y que ahora se ve castigado por unas sanciones que creo que son desmesuradas. Ellos sabrán lo que hacen, pero desde luego, de esta manera no se ayuda ni a crear empresas, ni mucho menos, puestos de trabajo.

Y sin ánimo de crear polémica, tenemos que decirles que nos hemos enterado de un caso de un alto ejecutivo del sector, que representa a una de las asociaciones más relevantes, que además de ser consejero del negocio de *consumer* de una importante entidad bancaria española, coordina los intereses de las financieras de algunas marcas de automoción. Creemos que esta situación genera conflicto o colisión y, posiblemente, alguna figura jurídica poco comprensible. También en este caso, ellos sabrán lo que hacen.

Por cierto, y ya que anteriormente hablábamos de asociaciones, parece que la risa va por barrios y en este caso, se está acercando demasiado al barrio de **Anfac**. Por una parte, ya es de dominio pú-



Competencia quiere hacer leña del árbol caído, cuando se intenta levantar...

blico el enfrentamiento entre representantes de las marcas, generado, principalmente, por el tema de Competencia, pero también, se intuyen discrepancias por el caso de la participación en el **Salón del Automóvil de Barcelona** y cómo no, por la negativa por parte de la junta directiva de esa asociación a crear una comisión para defender a las marcas importadoras. Tras los pasos de **Semana Santa**, airearemos más información relativa a este tema.

Un año más, el **Grupo Automoción Press** se prepara para la realización de la elección del **Coche del año para Flotas y Renting**. Nuevamente, nos trasladaremos a la localidad de **Jerez de la Frontera**, donde en su espléndido circuito de alta velocidad y en las carreteras de costa y montaña, realizaremos las pruebas pertinentes para nominar al coche del año 2015.

Y para cerrar, una espléndida noticia: las ventas conseguidas en el mes de marzo han arrojado unos datos que no se podían imaginar ni los

más optimistas, aunque nuestro compañero de redacción, **Alberto Gutiérrez** ya las había insinuado en la información del mercado del mes anterior. Las 112.000 operaciones cerradas durante marzo hacen que vengan a nuestro recuerdo los mejores meses de la última década. Más de un 40% de crecimiento con respecto al mismo mes del año anterior. A ver qué dicen ahora los agoreros que preveían unas ventas a final de año por debajo del millón de unidades. Nosotros seguimos manteniendo nuestras previsiones dadas en el mes de enero y que se fijaban en un cierre cercano a 1.200.000 unidades. El tiempo da y quita razones.

Y ya está a la vuelta de la esquina una nueva edición del **Salón del Automóvil de Barcelona**, que aunque con significativas ausencias, promete ser un buen certamen, a pesar de lo que algunos quieren hacer con **Cataluña**. Cabe la duda de si lo inaugurará **Oriol Llongueras**...

## Sucedirá

• **Debuta Steffen Reiche, director de Seat Martorell**

ABRIL 1

El nuevo director de la fábrica de Seat en Martorell, que sustituye a Stefan Loth, empieza a trabajar.

• **Los nuevos trabajadores de Opel Figueruelas, a clase**

ABRIL 6

Los nuevos empleados de la fábrica inician su formación para adaptarse a sus sistemas de producción.

• **Nissan Ávila sigue buscando soluciones de ahorro**

ABRIL 8

El Comité de Empresa abusivo se vuelve a reunir con la dirección para ajustar los costes de producción.

• **Nuevo baremo de indemnizaciones por accidentes de tráfico**

ABRIL 10

Según Unespa, el Consejo de Ministros podría aprobar un nuevo baremo de indemnizaciones por accidentes.

• **Los vehículos eléctricos se concentran en Madrid**

ABRIL 11

La Plaza de Colón acogerá VEM 2015, donde los visitantes podrán ver vehículos eléctricos y servicios relacionados.

• **Hyundai presenta en Madrid sus nuevos i20 e i30 Coupé**

ABRIL 13

La capital de España será el escenario en el que la firma coreana presente dos de sus modelos más representativos.

• **Los C-Max y S-Max verán la luz en Palma de Mallorca**

ABRIL 13

La isla de Mallorca se convertirá en el escaparate de la marca del óvalo para sus modelos C-Max y S-Max.

## EL SUBIDÓN Y EL BAJÓN

### Seat

El fabricante español camina con firmeza hacia la rentabilidad. En 2014, con un balance conservador, redujo sus pérdidas un 56% y sus previsiones ya contemplan que alcanzará el ansiado *break even* a finales de ejercicio.

### Ayudas al V.E.

El Plan Movele 2015 de subvenciones al vehículo eléctrico vuelve a llegar tarde. A pesar de que se anunció para principios de año, lo más seguro es que hasta finales de abril no haya nada. El sector sufre esta inestabilidad.



## ESCAPE LIBRE/ JOSÉ LUIS CABAÑAS

