

MOTOR

SsangYong busca un socio estratégico en Europa

FÉLIX CERREZO / Madrid

El futuro del fabricante surcoreano SsangYong pasa por encontrar un socio estratégico (y financiero) que le permita afrontar la renovación de su gama de automóviles y le aporte una tecnología de primer nivel basada en modelos más eficientes y pequeños. Lo cual hace que todas las miradas apunten hacia Europa, por más que su actual presidente, Yoo Il Lee, asegurara que están abiertos a cualquier propuesta.

Il Lee, en la primera visita que realiza fuera de Corea del Sur desde que asumiera el control de la compañía, reconoció que ésta también necesitará ayuda para reunir los 300 millones de dólares que calculan les costará su plan de lanzamiento de cinco nuevos modelos en cinco años. Y ello, a pesar de que prevén alcanzar el punto de equilibrio en 2011 para desde entonces generar beneficios.

Las urgencias del constructor hay que entenderlas en un doble contexto. Por un lado y aunque avanza hacia la salida, todavía sigue estando sometida a un proceso de suspensión de pagos que ya le ha llevado a prescindir del 40% (2.732 personas) de su plantilla. Además, ha diseñado un plan que le debe llevar a cambiar drásticamente el reparto de su accionariado, en el que la china SAIC debe pasar del 51% al 11%; y los accionistas minoritarios verán reducida su participación en dos tercios.

Otro importante objetivo de la compañía es incrementar su presencia fuera de Corea. En este sentido, su primer mercado exterior sigue siendo Europa (con España a la cabeza) y luego Latinoamérica, pero han puesto el punto de mira también en China, África y Estados Unidos, por este orden. Aunque Il Lee reconocía que este último país le plantea serias dificultades.

Sobre la situación de la marca en nuestro país, su consejero delegado, Rafael Sainz, aseguró que se han visto mucho menos afectados por las dificultades que la casa matriz (sometida, por ejemplo, a una huelga de 77 días); asimismo, calcula que terminarán el año con un retroceso en las ventas inferior al que sufrirá el mercado global.



Gonzalo Alonso, director general de la empresa, al volante del vehículo eléctrico de origen noruego. / G. ARROYO

La noruega Think, pionera en el coche eléctrico en España

La empresa Going Green lanzará en octubre el primer vehículo urbano movido por electricidad por 25.000 euros

ANA MONTENEGRO / Madrid
Especial para EL MUNDO

En tiempos de crisis surgen oportunidades para las empresas innovadoras. Ese es el caso de la española Going Green, creada en 2006 por un grupo de emprendedores procedentes del sector energético, que se ha centrado en la importación y distribución de vehículos eléctricos.

Tras las bicicletas Matra y las motos Vectrix y Oxygen, Going Green empieza a vender en octubre el turismo eléctrico Think, un contrato por el que tuvo que luchar con otras grandes empresas interesadas en su distribución. La primera unidad del Think City ha sido el primer turismo eléctrico matriculado y asegurado en España.

El objetivo es adelantarse a los grandes fabricantes que prevén lanzar masivamente sus vehículos en uno o dos años. Cuando lleguen, Going Green espera ser el gran experto en la comercialización de vehículos eléctricos y ampliar su negocio.

Este año la empresa española espera contar con 900 unidades del Think City y 550 en el primer semestre de 2010. «Esta es la disponibilidad que tenemos, pero nos vamos a quedar cortos», comenta Gonzalo Alonso, director general de Going Green. El precio, 25.000 euros con la subven-

culares de Asturias, Lanzarote y Palma de Mallorca.

La empresa amplió capital el pasado verano por dos millones de euros para abordar los nuevos proyectos, el Think City y un autobús de la estadounidense Astotbus de California a finales de octubre.



El Think se recarga con un enchufe. / G. ARROYO

Este vehículo, con una longitud de 12 metros y capacidad para 70 pasajeros, tiene una autonomía de 500 km y aunque su elevado precio inicial, 350.000 euros, puede limitar su distribución, para los transportistas tiene la ventaja de unos costes de uso hasta un 25% más bajos en un sector en el que el combustible supone hasta el 70% de los costes.

Los coches eléctricos suponen una revolución de comercialización. A las empresas de renting les cuesta fijar el valor residual y la vida útil de estos vehículos puede ser más larga que la de los convencionales. Al tener limitada la velocidad esto debería suponer también un seguro más barato, explica Alonso.

Los coches eléctricos suponen una revolución de comercialización. A las empresas de renting les cuesta fijar el valor residual y la vida útil de estos vehículos puede ser más larga que la de los convencionales. Al tener limitada la velocidad esto debería suponer también un seguro más barato, explica Alonso.

GM, dispuesta a cerrar las marcas Saturn y Hummer si no las vende

E. M. / Madrid

De las tres marcas que General Motors (GM) se propuso vender dentro del plan de reestructuración -Saab, Saturn y Hummer-, sólo lo ha logrado con Saab. Ayer fracasó la negociación para la venta de su marca Saturn a Penske Automotive Group después de que éste no lograra asegurarse el acuerdo de Renault para importar alguno de sus modelos a Estados Unidos.

Saturn es la última división creada por GM, en 1984, con el objetivo de competir con los fabricantes japoneses ofreciendo coches sencillos y funcionales, con un alto nivel de fiabilidad, a precios económicos. No lograron un gran favor por parte de los usuarios estadounidenses pero su red de concesionarios se acreditó como una de las más eficaces del país.

En el acuerdo inicialmente pactado, GM se comprometía a seguir suministrando a Saturn hasta 2012 algunos de sus modelos actuales, tras lo cual Penske debería aportar a la red nuevos productos. Al no aceptar Renault, el plan se ha desecho y GM ha decidido liquidar la marca y con ella cancelar a sus concesionarios.

Por otro lado, espera una rápida respuesta respecto a Hummer de la empresa china Sichuan Tengzhon Heavy Industrial Machinery Co.. Esta está teniendo dificultades para obtener el permiso del Gobierno de Pekín para cerrar la operación. GM ha advertido que si no hay una respuesta positiva antes de fin de año, cerrará también esta marca de vehículos todoterreno.

AVTOVAZ. El principal fabricante ruso da un ultimátum a Renault. La marca francesa ha dejado en suspenso sus inversiones en la rusa debido a la crisis que ha afectado especialmente a aquel país en el que las ventas han caído el 60%. Putin ha advertido que o invierte en ella o deberá vender su participación. / E. M.

OPEL. Los sindicatos quieren voz en el consejo de dirección. Aunque inicialmente habían asegurado que no pretendían ningún puesto en el consejo de dirección, los sindicatos representados en el Consejo Europeo de Trabajadores de la marca alemana piden ahora un puesto en el consejo de vigilancia de la nueva Opel. Si finalmente Magna-Sherbank asumen el 55% de la compañía, los sindicatos tendrían un 10% del capital, aunque no se ha especificado de qué forma. / E. M.

ZF ANSA LEMFÖRDER. La empresa fabricante de transmisiones ha decidido cerrar su planta de Burgos. Los sindicatos UGT y CCOO, sorprendidos por la decisión, entienden que no hay causas objetivas y advierten de que tratarán de evitarlo por todos los medios. En esta planta trabajan 226 personas. / EFE

Renault: sin Plan 2000E no habrá crecimiento

García Otero, su director general, prevé 1,1 millones de ventas en 2010 si se prorrogan

SERGIO PICCIONE / Oviedo

Armando García Otero, director general de Renault España, pronosticó un mercado de 1.100.000 unidades en 2010 si se prorrogan el Plan 2000E. «Sé que algunos colegas me tachan de optimista, pero creo que existen razones para serlo», explicó. «En primer lugar, la demanda de los particulares se está mostrando fuerte, una vez pasado el shock inicial de la llegada de la crisis, gracias a las ayudas del Gobierno. En segundo lugar, la venta de vehículos a flotas de em-

presa debe recuperarse. En los últimos tiempos, se han anulado muchos planes de renovación de las mismas, pero el año que viene tendrán que hacerlo so pena de que les cueste más dinero. Por otro lado, las empresas de alquiler redujeron tanto sus adquisiciones y nosotros les vendimos tan pocos coches que ha habido escasez de vehículos de alquiler este verano. Por tanto hay que esperar que las matriculaciones que hagan se incrementen en 2010. Y si a esto unimos que la confianza de

los consumidores españoles, aunque parezca increíble está creciendo, hay que esperar que la demanda de particulares mantenga un cierto crecimiento que nos permitiría pasar de los 900.000 coches este año, a 1.100.000 el año próximo [vehículos comerciales ligeros incluidos].

Pero todo esto pasa por que el Plan 2000E se prorrogue. Sin sus ayudas, la previsión es una nueva caída de hasta un 12% con el consiguiente coste en puestos de trabajo. García Otero recordó que gracias al

Plan 2000E, de los 100 días de ERE que había pedido Renault, sólo se han necesitado tres.

Valoró los esfuerzos del ministro de Industria por vencer la resistencia de su compañera de Gabinete Elena Salgado. Aseguró que las marcas están dispuestas a poner otros 55 millones de euros para prorrogar el plan y subrayó que el ministro Sebastián aseguró que el 90% de la inversión en el plan, que ha agotado el 80% de su dotación con 55.000 coches matriculados, se recupera.