

FRANCISCO PÉREZ BOTELLO Pte. Volkswagen-Audi España

«El sector del automóvil tiene un efecto tractor sobre la economía»

SERGIO PICCIONE / Madrid
Después de una dilatada carrera en Ford, Francisco Pérez Botello asumió la dirección de la marca Volkswagen en España en el año 2010. Desde el pasado 1 de abril, es el nuevo presidente de Volkswagen-Audi España, sucediendo en el cargo a Ludger Fretzen, que el pasado diciembre fue llamado a Wolfsburg para asumir la dirección de *marketing* de producto de Volkswagen Norteamérica.

Natural de Huelva, con 51 años, había colocado a la marca Volkswagen en el primer puesto de la lista de ventas en España. Desde su posición, se muestra confiado en que el mercado seguirá creciendo. «Sin ayudas este año tendríamos un mercado de 750.000 unidades, unas 30.000 unidades más que el año pasado. Con el Plan Five, sobre todo si tiene continuidad cuando se acabe el presupuesto actual, superaremos las 800.000», asegura.

Es de los que piensa que el plan debería mantenerse hasta sacar al mercado de los actuales niveles tan bajos. «Además -dice- el sector del automóvil tiene un efecto tractor sobre la economía y sobre otros sectores. Los analistas consultan las ventas de vehículos nuevos y el que crezca ayuda a que den una valoración positiva que también tiene su influencia sobre la prima de riesgo». Y niega que estas ayudas estén *dominando* el mercado: «Lo harían si nos hubiéramos recuperado ya a 1,2 millones de unidades, pero mientras estamos a los niveles actuales, se necesitan esas ayudas para vencer la pérdida de confianza de los consumidores, que dejaron de comprar coches cuando se produjo la crisis sin parangón que hemos pasado».

De todas formas, cree que siendo un país fabricante y teniendo un parque tan viejo, España debería tener siempre medidas estructurales de renovación del mismo. En ese sentido, indica que están elaborando en Anfac algunas propuestas que ofrecer al Gobierno.

Con respecto al volumen real del mercado español, estima que debe estar entre 1,2 y 1,4 millones de unidades anuales, con cambios en la demanda. Por ejemplo, hacia los vehículos tipo todocamino como lo demuestra el que las ventas del Tiguan representan ya el 20% de las de Volkswagen. También cree en la importancia de la conectividad, para la cual el grupo alemán tiene el volumen suficiente para generar economías de escala que permitan que su plataforma informática se consolide, aunque lamenta que no haya habido un consenso entre los fabricantes para disponer de una



CARLOS BARAJAS

La crisis, sin tener pérdidas

S. P. / Madrid
Francisco Pérez Botello se siente orgulloso de que los concesionarios de las marcas del grupo que preside hayan pasado la crisis sin pérdidas. «Volkswagen y Audi -precisa- lo han hecho con superávit y Skoda ha estado en el punto de equilibrio». Durante la crisis, explica que se ha trazado

con ellos un plan de reducción de costes y una reestructuración del negocio que el 95% de los concesionarios VW han firmado. «En la actualidad estamos intentando potenciar el servicio de posventa. Que no es verdad que sea más caro. El precio de la hora de trabajo puede ser más alto, pero los tiempos atribui-

dos a cada operación pueden hacer que la factura sea más baja. Y, además, quienes mejor conocen nuestros coches son nuestros operarios». Una segunda fase es obtener mayores rendimientos del coche usado. Recuerda que Volkswagen tiene la franquicia Das Welt Auto, de vehículos de ocasión con menos de

seis años. «Queremos vender el 50% de los coches con menos de seis años a través de ella, y que nuestros concesionarios se beneficien de ella». Reconoce el alto rendimiento que puede tener la venta de automóviles de ocasión, cuya demanda estima que va a crecer en paralelo a la de coches nuevos, pero prefiere no especular sobre el impacto en las cuentas de un concesionario.

unificada. Reconoce que detrás del desarrollo de estas plataformas, puede haber una oportunidad de negocio «pero que nadie se ha dedicado todavía a estudiarlo».

Una tendencia que va a seguir con la aparición de modelos de este tipo en gamas más pequeñas. En lo que no cree es en la polarización de la demanda entre los coches de bajo precio y los *premium*. «Los coches *low cost* han conocido un momento de éxito en estos años, en los que el que se compraba un automóvil lo hacía porque se le había averiado de forma irreparable el que tenía y buscaba lo más barato del mercado, o gozaba de una situación económica desahogada y adquiría un *premium*. Según Anfac, en estos años han de-

jado de renovar su coche unos dos millones de personas, la mayoría de ellas de clase media que, por lógica, cuando vuelvan a comprar un coche, se dirigirán a una marca generalista. De todas formas, quiero precisar que Volkswagen no es apreciada como generalista, sino en una posición próxima a las *premium*, claramente destacada del resto».

El Grupo Volkswagen va a comercializar en las próximas semanas coches eléctricos. Pérez Botello considera que es interesante disponer de esta tecnología, pero no tiene criterio respecto a la demanda que pueden tener. «Para nosotros, la máxima expresión de la movilidad sostenible la constituye el Golf GTE, el híbrido enchufable que, además, va

a tener un precio asumible. No me atrevo a hacer previsiones de ventas, porque esto es como cuando hablamos de la conectividad. Es inútil hacer una encuesta de mercado, porque la gente desconoce de lo que le está preguntando. Con los híbridos enchufables tendrá que pasar lo mismo que ocurrió en España con el diésel. Cuando la gente vio que podía ir de Madrid a Sevilla o incluso hasta Huelva, no tenía que repostar e incluso te quedaba carburante, se convirtió al diésel. Los eléctricos y el híbrido enchufable los van a vender un 10% de nuestra red, cubriendo un 40% de la demanda. De todas formas, no creo que inicialmente lleguen a representar un 5% de nuestras ventas».

Nuevo dato negativo de accidentes en carretera

FÉLIX CEREZO / Madrid
Tráfico anunció el pasado jueves que su objetivo esta Semana Santa era bajar de las 26 muertes registradas en 2013. Difícil tarea porque ya era el dato más bajo desde 1959 -primer año de estadísticas oficiales- y se ha vuelto un poco más una vez que en el primer fin de semana de estas vacaciones se produjeron ya 15 muertes. Es decir, 11 más que un año antes.

Además, este resultado da continuidad a otros anteriores. Por ejemplo, que el fin de semana anterior se habían contabilizado 20 víctimas en carretera, dato desconocido desde hacía año y medio. De hecho, las estadísticas de Tráfico señalan que la media de un fin de semana está entre ocho y 10 muertes.

Si a esto se le suma que en marzo se rompió, con un alza en la siniestralidad de casi un tercio la buena racha de comienzos de año, el balance acumulado en lo que llevamos de año ya solo está tres víctimas (277 por 280) por debajo del de hace un año. Al acabar febrero, eran 43 fallecidos menos.

La clave está, como ya es sabido, en el trágico protagonismo de las carreteras secundarias (con un solo carril por sentido). Por ejemplo, de los 12 accidentes con víctimas que tuvieron lugar el pasado fin de semana, 10 se produjeron en este tipo de vías.

PSA. El consorcio formado por las marcas Peugeot y Citroën prevé obtener un margen operativo del 2% en 2018 en su división de Automoción, así como alcanzar un flujo de caja positivo en 2016, como muy tarde. Además, reducirá la oferta comercial de sus marcas a 26 modelos. / EP

ELÉCTRICOS. Honda, Mitsubishi, Toyota y Nissan, crearán una *joint venture* para multiplicar el número de puntos de recarga de coches eléctricos en Japón y propiciar su implantación. El objetivo es llegar a 8.000 puntos estándar y 4.000 rápidos. / EP

MAZDA. Ha superado el millón de unidades de coches con tecnología SkyActiv, introducida en noviembre de 2011 con el CX-5 y que también usan los Mazda6 y Mazda3. Se trata de una estrategia centrada en la reducción de pesos y la mejora del rendimiento y eficiencia tanto de los motores. / EM