

Germán López Madrid

Presidente de Volvo Car España

ENTREVISTA



Germán López Madrid (Madrid, 1959), es licenciado en Económicas y Derecho por ICADE (Madrid). Ha desarrollado su carrera profesional íntegramente para el grupo Volvo, trabajando para áreas de Camiones, Autobuses, Motores Marinos e Industriales y Automóviles, con responsabilidades compartidas entre grupo y operativa de países. Es presidente de Volvo Car España desde 1997, cargo que compagina, entre otras actividades, con las presidencias de ANIACAM y las vicepresidencias del CEIM y de la Fundación para Alumnos de Altas Capacidades. También pertenece a la Junta Directiva de CEOE. Y desde 2007 es Responsable de Desarrollo de Negocio en Volvo Car Corporation.

“Uno de los principales principios que guía el qué hacer de volvo es la seguridad.”

CON MOTIVO de la entrega de nuestro premio Innovación Técnica del Año 2013 a Volvo Car España por su Airbag de peatones, trofeo que recogió su presidente, Germán López, acompañado por la directora de marketing y comunicación, Laura Herrero, de manos de nuestro presidente, Gerardo Romero-Requejo, era natural que la mayor parte del coloquio versara sobre el tema más social del automóvil, la seguridad. Pero no solo la seguridad de sus ocupantes sino también la de los peatones, un tema en el que los coches de Volvo y su presidente al frente merecen la mayor representación.

dente o sufrir lesiones graves aproximadamente un 50%. Las estadísticas respecto a las víctimas mortales de peatones y ciclistas, han hecho que en nuestra marca, donde nuestro “Core Value” es la seguridad, hayamos desarrollado y comercializado elementos de seguridad, que no solo cuiden a nuestros ocupantes, sino también a los peatones y a los ciclistas, siendo estos un porcentaje muy alto de las personas que mueren en los accidentes de tráfico.”

“Cabe recordar que uno de nuestros hitos en materia de seguridad es el cinturón de seguridad de tres anclajes, inventado en 1959 por Nils Bolhiin, un ingeniero de Volvo, rápidamente patentado y puesto a disposición del resto de fabricantes.”

¿Qué otras aportaciones de Volvo en materia de seguridad incorpora el Volvo V40?

“Este modelo incorpora nuevas medidas de seguridad como el City Safety, que evita colisiones con el vehículo que te precede a velocidades inferiores a 50 Km/h y el Sistema de Detección de Peatones que evita el atropello de un peatón en el caso de que el conductor no reaccione a tiempo. También cuenta con el sistema de Advertencia de Cambio de Carril, que te alerta al conductor caso de realizar la maniobra potencialmente peligrosa, sistemas que son habituales para Volvo pero únicos en el Segmento C.”

LO PRIMERO, LÓGICAMENTE es empezar hablando del “airbag de peatones”, inventado por Volvo y estrenado en el Volvo V40, por lo que le preguntamos a Germán López:

¿Va a ser incorporado a todos los modelos de la marca que se comercializan en la actualidad? ¿Y a los modelos futuros?

“Hemos sido la primera compañía automovilística en incorporar el Airbag para peatones, un sistema que fue presentado en primera a nivel mundial en el V40. En el caso de atropellar a un peatón, se despliega automáticamente un airbag en la parte inferior del parabrisas, para reducir las lesiones que se puedan producir debido al atropello.

llo. Lo incorporan de serie el Volvo V40 y V40 Cross Country, pero no se ha anunciado si se incorporará en el futuro al resto de la gama.”

En las estadísticas de víctimas mortales en accidentes de tráfico en Europa, un 14% corresponden a los peatones, porcentaje que baja al 12% en EE.UU. y sube al 25% en China. ¿Se está trabajando para hacer obligatorio el airbag de peatones en todos los coches dado su contribución importante a la seguridad? ¿Y en caso de imponerse, Volvo cobraría “royalties”?

“Uno de los principales principios que guía el qué hacer de Volvo es la seguridad. Desde el año 2000, Volvo ha reducido el riesgo de verse involucrado en un acci-



“EL VOLVO V40 INCORPORA ADEMÁS EL SISTEMA DE DETECCIÓN DE CICLISTAS.”

“Además, el presidente de Volvo España destaca que desde este año, el V40 incorpora el sistema de detección de ciclistas, que consiste en un radar integrado en la parrilla del vehículo, una cámara situada delante del retrovisor interior y una unidad de control central. La cámara detecta si hay objetos delante del coche y la unidad de control es la que determina la distancia. Si un ciclista se desvía delante del vehículo el sistema se activa y frena automáticamente, para evitar así el atropello.”

¿Qué ha supuesto para Volvo la llegada del modelo V40 y cuáles son sus valores fundamentales que le diferenciarían de un C30 de 5 puertas?

“El C30 ha sido uno de los modelos mas deseado en el segmento C premium, pero únicamente encajaba para la demanda de vehículos de tres puertas, siendo más del 85% de las ventas en el segmento C Premium los modelos de 5 puertas. Por lo tanto, el nuevo Volvo V40 ha aprovechado la puerta abierta dejada por el C30, pero ofreciendo las 5 puertas tan demandadas en dicho segmento, y manteniéndose por debajo de los 4,4m, en uno de los segmentos más populares de nuestro país y que representa cerca del 30% del total de ventas de nuestro mercado. El V40 es uno de los diseños más deseados por el mercado y con unas emisiones por debajo de 100 gr de CO2 que lo sitúan como líder de su categoría. Ofreciendo al cliente a la vez, una experiencia de conducción única.”

“El nuevo V40 representa el único modelo en el segmento C con nuevos elementos de seguridad como son el City Safety, el sistema de Detección de Peatones, Sistema de Advertencia de Cambio de Carril, Sistema de Información de puntos ciegos y la novedad mundial que supone el nuevo Sistema de Airbag para Peatones.”

¿Los compradores españoles de Volvo (y también los no compradores, si tenéis estadísticas) valoran la marca como “premium”? ¿Puedes hacernos un análisis del segmento “premium” en 2013 y el papel que ha desempeñado Volvo?

“Volvo mantiene la penetración del 1% durante todos los años de la crisis, junto con una mejora en la satisfacción y lealtad de nuestros clientes, que nos hace estar posicionados en el Top 5 de las marcas en España. Todas las encuestas independientes que se realizan al consumidor en España sobre valor e

“VOLVO CAR ESPAÑA CUENTA CON MÁS DE 150.000 CLIENTES, SIENDO UNA DE LAS MARCAS “PREMIUM” MÁS DESEADAS.”



imagen de marca sitúan a Volvo entre las marcas Premium más deseadas y los usuarios de Volvo son los clientes con una mayor formación universitaria y contamos con más de 150.000 clientes, siendo una de las marcas Premium más deseadas del mercado. Concluiremos el año con una previsión de ventas de 7.000 unidades, que supondrá un 10% de incremento respecto al año anterior. Eso nos hace situarnos en un 1% de penetración en el mercado, pero con la aspiración de alcanzar el 1,3% en los próximos dos años, gracias al crecimiento de nuestro nuevo Volvo V40, en el tan competido segmento C.”

“Este año ha sido significativo para nosotros, ya que hemos renovado todos modelos Volvo 60 con un diseño centrado en la calidad y atención a los detalles. La seguridad sigue siendo uno de los platos fuertes en los Volvo S60, V60 y XC60 incorporando nuevos sistemas únicos como el detector de ciclistas. La tecnología también ocupa un papel importante con el Sistema Sensus Connected Touch con posibilidad de conexión on-line exclusivas, la pantalla “Adaptive Digital Display” y luces largas de carretera permanentes de tecnología innovadora.”

Se habla de una nueva plataforma para los coches Volvo. ¿Qué nos pueden contar de ella? ¿Qué modelo la estrenará?

“Volvo ha creado una nueva arquitectura de producto escalable (Scalable Product Architecture) que permite crear proporciones correctas que otorgan ese aspecto de primera calidad. Así, la Arquitectura SPA es una arquitectura de productos flexible y escalable que abarca la mayoría de los futuros modelos de vehículo de Volvo. Es una gama de productos que consiste en módulos compartidos y sistemas y componentes escalables, todo ello fabricado en un sistema de

SÍ o NO

- ¿Es necesario mantener el Plan PIVE durante 2014? **SÍ**
- ¿Tienen futuro los monovolumen en la gama Volvo? **NO**
- ¿La tendencia a bajar los precios en los concesionarios va a hacerse una práctica de largo plazo? **NO**
- ¿La seguridad forma parte del ADN Volvo? **SÍ**

producción flexible. El primer modelo de vehículo basado en esta arquitectura será el Volvo XC90 de la siguiente generación, que se presentará a finales de 2014.”

¿Tiene Volvo España en la actualidad la red de concesionarios adecuada? ¿Crecerá en los próximos años de cara a la previsión del alza de las ventas?

“Para el presidente de Volvo la reciente llegada de los nuevos modelos S60, V60 y XC60, junto con la del V60 híbrido enchufable supondrán un incremento de ventas del 10% para la red de concesionarios.”

“Además, el próximo año supondrá la madurez de los facelift que hemos realizado en la gama S80,

V70 y XC70, y en los nuevos S60, V60 y XC60 que permitirán cerrar el año 2014, con un incremento en ventas superior al 10%, y por lo tanto, una mejora en la rentabilidad de nuestros concesionarios.”

“Volvo cuenta actualmente con 52 socios concesionarios que nos representa en todo el territorio nacional con más de 90 puntos de venta y 100 puntos de servicio, lo que nos asegura la cobertura en el territorio, el mejor servicio a nuestros clientes (desde cualquier punto de una península, tenemos un servicio de posventa a menos de 20 minutos de nuestros clientes) y además nos garantiza el crecimiento de ventas esperado en los próximos años.”

¿Qué ha supuesto la compra de Volvo por la compañía china Geely? ¿La autonomía de los directivos y la filosofía de la marca se han visto afectadas?

“Aunque Volvo pertenezca a Geely es y será independiente, manteniendo los mismos valores de la marca, su carácter escandinavo y no derivará hacia los estilos de gestión de productos chinos. Volvo mantendrá los mismos estándares de calidad, que irá aumentando con los años, como se ha venido haciendo desde el nacimiento de la marca.”

“Este mismo mes ha comenzado además la producción en la planta de Chengdu lo que supone otro hito importante en el camino de transformación de la compañía así como en el establecimiento de China como segundo mercado de origen de Volvo. El desarrollo de las ventas en China ha sido muy fuerte este año, con unas ventas hasta ahora de más del 40% comparado con el año pasado y se venden actualmente en más de 150 concesionarios en China, frente a los 100 de hace un par de años.□

G.R.-R./J.R.

“AUNQUE VOLVO PERTENEZCA A GEELY ES Y SERÁ INDEPENDIENTE, MANTENIENDO LOS MISMOS VALORES DE LA MARCA.”

