



José Manuel Machado

Presidente de Ford España

José Manuel Machado Alique (Madrid 1954), casado y con 5 hijos, es licenciado en Derecho (Deusto, Bilbao) y en Ciencias Económicas y Empresariales (ICADE, Madrid). Inició su carrera profesional en Ford España en 1979, ocupando distintos cargos en las áreas de Marketing y Ventas, en España y en Europa, hasta llegar al cargo de Director General Comercial en Ford España (1991-1995). Después inicia su segunda singladura internacional que le lleva, en 1997, a la Presidencia de Ford Méjico. En el 2000, es nombrado Consejero Delegado de Ford España-Iberia y en 2003 pasa a ocupar la presidencia, cargo que ostenta en la actualidad.

El corredor del Mediterráneo es esencial para España”.

EN LA sede de Ford España (Madrid), tuvo lugar la entrega de nuestro premio al "Coche Familiar y de Ocio del Año 2013" al Ford B-MAX, que recogió el presidente de la filial española de la marca, José Manuel Machado, de manos de nuestro presidente, Gerardo Romero-Requejo, ocasión que aprovechamos para tratar con él acerca de las específicas particularidades de nuestro mercado de automóviles, acompañados por la directora de comunicación de Ford, Eva Vicente y de su responsable de prensa y producto, Víctor Piccione.

de forma de vida, de expresión, como coches que se adaptan mucho más a como uno quiere ser visto, van más unidos a la personalidad de la gente que a sus necesidades. Son dos mundos distintos y complementarios, al menos así lo entendemos en Ford”.

Surge el tema de la famosa iniciativa promovida por el presidente de Ford España desde ANFAC en torno a la producción de tres millones de vehículos al año por las industrias automovilísticas instaladas en nuestro país.

“La iniciativa «tres millones» fue mi iniciativa en ANFAC cuando entré en la presidencia el año pasado, y lógicamente mi compromiso fue estar pendiente de ella todo el tiempo, y de hecho en todas nuestras juntas directivas de ANFAC lo primero que hacemos al reunirnos es revisar como marcha el plan “tres millones”. Con este plan lo que pretendemos es llamar la atención en la sociedad española de que nuestro país puede ser perfectamente uno de los mayores fabricantes de automóviles, y de que en esta época de crisis podíamos ayudar desde nuestro sector a la recuperación de la economía española. Y pusimos la cifra tres millones de unidades porque para nosotros significa volver a fabricar lo que ya estábamos fabricando antes. Y lo cierto es que, con un lenguaje muy directo y muy claro, hemos conse-

DE ENTRADA, planteamos el impacto y significado en las ventas de Ford de un vehículo tan innovador como el B-MAX, galardonado con nuestro premio, cuya funcionalidad y eficiencia motriz está revolucionando el segmento de los polivalentes del segmento B.

¿Cuáles son las versiones más vendidas, las gasolina o las diesel? Y respecto a los nuevos motores EcoBoost, ¿tienen un largo futuro de conquista de mercado frente al diesel?

Para el presidente de Ford España, “el B-MAX es el monovolumen más innovador, práctico y funcional del mercado, por la singularidad de sus puertas laterales enfrentadas sin pilar central (quedando este integrado en el marco vertical de las puertas delanteras) y su oferta del motor de gasolina 1.0 de 3 cilindros EcoBoost, el más eficiente del mercado, que rinde 100 y 120 CV con un míni-

mo nivel de consumo. Hasta junio pasado Ford ha vendido 1.650 unidades desde su lanzamiento, escalando ya a los primeros puestos de su segmento y de ellas el 71% con motores de gasolina, la mayoría a particulares que han elegido el motor EcoBoost”.

Pasamos a analizar someramente el fenómeno del traspaso de la demanda desde los segmentos tradicionales a los nuevos como el de los monovolumenes y los todo camino (SUV), que a veces compiten entre sí por la misma clientela.

El presidente de Ford tiene claro que son dos mercados muy distintos. “Representan dos clientelas muy distintas, y en nuestro caso, es cierto que el cliente del monovolumen ha dado lugar a un cambio de demanda, evolucionando en nuestro caso desde el Focus hacia el C-MAX, como un vehículo más adaptado hacia lo que representa, por habitabilidad y espacio, su cambio de estilo de vida. Encaja

perfectamente en las necesidades de una familia joven actual, con dos niños, por ejemplo, es un “target” muy típico de nuestras ventas de los C-MAX y S-MAX. En cambio, los todo terreno y los SUV se venden mucho más como un cambio



LA INICIATIVA TRES MILLONES SUPONE VOLVER A FABRICAR LO QUE YA ESTÁBAMOS FABRICANDO ANTES DE LA CRISIS”

guido llamar la atención de la sociedad y del gobierno, habiendo encontrado apoyo por ambos lados, por parte del Gobierno a través de los seis ministerios que interactúan con nosotros a este fin (Fomento, Industria, Medio Ambiente, Economía, Hacienda e Interior), y con todos ellos hemos lanzado nuevas iniciativas, hemos progresado y avanzado, viviendo una etapa muy interesante y productiva dentro de ANFAC, no es sólo el plan PIVE y el PIMA, sino que con todo lo demás hemos hecho muchísimas cosas”.

Hablamos a continuación de la planta española de Ford en Almusafes, donde se producen los Ford Kuga y C-MAX en dos turnos de trabajo, y va a abrirse un tercero nocturno con mil empleos más para dar cabida a la producción de los nuevos Mondeo y Galaxy, además de la Transit Connect. ¿Qué supone esta actitud cooperativa con los sindicatos?

“Simplemente lo que sucede es que en medio de la crisis estamos viviendo un clima laboral muy responsable. Hemos firmado un nuevo convenio muy importante para asegurar nuestra productividad, y me alegro de poder decir que la responsabilidad de nuestros trabajadores ha estado a la altura de la situación. Si queremos atraer inversiones y recuperar nuestro lugar de producción tenemos que asegurar las condiciones laborales que hagan atractivas las mismas”.

Inversiones que en todo caso también están condicionadas por otros factores, como por ejemplo el del prometido “corredor” del Mediterráneo, una vía de conexión principal por ferrocarril rápido con Europa que debería beneficiar directamente a la logística y producción de las fábricas españolas... Machado lo tiene muy claro.

“El corredor del Mediterráneo es esencial para Ford, y también para España por su gran importancia logística. No podemos olvidar que una gran parte de la producción industrial de España (cerca del 50%) se da en el área mediterránea, por supuesto sin olvidar las conexiones marítimas de especial importancia que hay en el Cantábrico, que también requieren otro corredor, el del Cantábrico. Pero el del Mediterráneo urge más y es clave en estos momentos. Para la industria del automóvil se trata de las instalaciones de Valencia (Ford), Barcelona (Seat), además del ramal desde Zaragoza (Opel)...

“**HEMOS HECHO TODOS LOS AJUSTES QUE TENÍAMOS QUE HACER, AHORA SÓLO NOS FALTA VENDER COCHES”.**



Por otra parte, Renault (Valladolid y Palencia) está aprovechando su salida exterior por el puerto de Santander, y PSA cuenta con el de Vigo (PSA Madrid está bien conectado con Valencia), etc.”.

Pasamos a hablar de la gama Ford en nuestro mercado, del retraso de la llegada del nuevo Mondeo, de la posible llegada del nuevo Mustang norteamericano, y sobre todo del relanzamiento del Fiesta, con interesantes promociones (pese a no ser un coche fabricado en España).

José Manuel Machado se muestra rotundo: de entrada, no hay nada todavía fijo sobre la llegada del nuevo Mondeo y tampoco sobre la futura importación del Mustang. Y respecto al Fiesta, afirma convencido de que está viviendo “una segunda primavera, con la incorporación de las nuevas mecánicas trecilíndricas EcoBoost 1.0, con un rendimiento espectacular, y la oferta de equipamientos muy originales”.

“El Fiesta es un coche esencial en nuestro mercado, y gracias al plan PIVE hemos logrado potenciar mucho sus ventas. No hay que olvidar que pese a ser un segmento especialmente competido, el B es clave para lograr volumen en nuestro mercado, aunque la competencia en el mismo es terrible y de una gran calidad... En cuanto a las ofertas y promociones, el Fiesta no está recibiendo ningún trato especial, simplemente han coincidido con las remotorizaciones de los EcoBoost, lo mismo que su “restyling”, por otra parte previsto ya desde el día de su lanzamiento. No hay pues ningún factor adicional de abaratamiento, simplemente un ajuste más agresivo de su oferta en función de las circunstancias del mercado”.

“En estos momentos tenemos un total de 95 concesionarios y 180 instalaciones, sumando entre todos un conjunto de 450 servicios oficiales. En realidad, considero que hemos hecho todos los ajustes que teníamos que hacer, ahora sólo nos falta vender coches”, replica rotundo Machado. Y en cuanto a concesionarios propios de Ford, simplemente no tenemos ninguno, es algo que no forma parte de nuestra filosofía”.

Sacamos a colación el tema de la renovación del acuerdo comercial con Japón y las consecuencias del firmado con Corea del Sur, así como las expectativas que levanta el acuerdo de libre comercio entre la UE y EE.UU.

“Sería de una importancia vital para los dos mercados, el europeo y el norteamericano, que juntos sumarían el mayor del mundo, y sobre todo, con reglas claras de juego limpio, sin trampas ni letra pequeña. El acuerdo que se cerró con Corea fue un mal acuerdo, cortado a la medida de los gobernantes surcoreanos que lograron un trato de favor europeo sin ninguna contrapartida por su parte. En el caso de Japón, nunca ha existido reciprocidad, la bilateralidad de los acuerdos firmados con ellos sólo ha servido a sus intereses, y ahora conviene que dada su potencia industrial instalada en Europa, se vayan corrigiendo las desigualdades. Ya es hora de acabar con que a la hora de cerrar acuerdos industriales bilaterales, la UE sea siempre la gran perdedora, en especial frente a sus rivales asiáticos”. □

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

SÍ o NO

- ¿Está considerando Ford crear una segunda marca de bajo coste? **No**
- ¿Deberían los concesionarios oficiales de las marcas poder pasar la ITV? **Sí**
- ¿La nueva calandra de Ford está inspirada en la de Aston Martin? **No**
- ¿Se puede decir con criterio que “Ford va más lejos” en su posicionamiento ante sus clientes? **Sí**
- ¿Cerrar concesionarios y servicios en tiempos de crisis mejora la calidad de atención al cliente? **Sí**

Otra pregunta obligada en tiempos de crisis: el recorte de la red oficial de concesionarios con motivo de la crisis. ¿Se han cerrado muchos? ¿Cuántos de ellos son filiales Ford? ¿El número actual es el adecuado para el mercado en que nos encontramos?

“**NO HAY NADA FIJO SOBRE LA LLEGADA DEL NUEVO MONDEO Y TAMPOCO SOBRE LA FUTURA IMPORTACIÓN DEL MUSTANG”.**



