

Chevrolet mira a Europa

Tras la caída del telón de acero, los países del Este de Europa han visto cómo se extendía el interés de los fabricantes de automóviles por implantarse en la zona. La industrialización y la especialización de una mano de obra barata ha generado una dinámica, como ocurrió en España a mediados de los 50 y los 60. Es el caso de Chevrolet, un nombre puramente americano del grupo General Motors, que decidió hace cinco años iniciar su producción europea, con el objetivo para el año 2012 de fabricar 900.000 coches en Europa, que destinará esencialmente a los mercados emergentes del Este, donde en la actualidad circulan 85 millones de coches con más de 12 años.



▶ El pasado año, Chevrolet vendió casi 4,5 millones de coches en todo el mundo, un 4% más que en 2006, y la mayor expansión experimentada se ha producido justamente en los mercados del Este europeo, especialmente en Rusia. No es extraño que la mirada europea de Chevrolet para alcanzar los objetivos que se ha marcado siga vuelta hacia la Europa del Este, para lo que se anuncian nuevas fábricas, aunque aún no se han fijado sus localizaciones.

De momento para cumplir con las previsiones cuenta con fábricas de automóviles ubicadas en Polonia (Gliwice y Varsovia), Rusia (San Petersburgo, Togliatti y Kaliningrado), Ucrania (Zaporichye Illicivsk), Uzbekistán (Asaka) y Kazajistán (Ust-Kamenogorsk), además de otras fábricas de motores y transmisiones en Polonia y Hungría. Para las nuevas fábricas no descarta planes con socios locales de los países en los que se establezcan.

Pero ante la saturación de los mercados de automóviles occidentales, la marca norteamericana quiere aprovechar no solo los bajos costes de producción que le ofrecen los países en los que está instalada, sino también el fuerte relanzamiento económico del Este, donde está abriendo un importante hueco en los últimos años. La intención es fabricar 12 nuevos modelos, aumentando con ellos los actuales segmentos de mercado, ya que actualmente sólo está presente con modelos que compiten por el 28% del mercado europeo, ocupado por sólo un potencial de 6,2 millones de clientes. Para el año 2012, Chevrolet con sus nuevos modelos pretende atender la demanda originada por 15,6 millones de potenciales clientes, lo que supone llegar al 65% de la demanda generada por el mercado.

Existe un gran hermetismo en la marca sobre sus futuros planes de lanzamiento de vehículos, pero a nadie se le escapa que coches como el deportivo Camaro, o el futuro sustituto del actual monovolumen Tacuma y hasta un nuevo SUV, aunque ya tienen al Captiva, podrían buscar esos nichos de mercado en los que hoy está ausente. Son coches no solo para los mercados en crecimiento, sino que también vendrán en algunos casos a competir en los mercados occidentales, en el límite de la saturación.

El interés de Chevrolet por los mercados del Centro y del Este de Europa, que ocupan 29 países con 475 millones de habitantes, es el rápido crecimiento económico que están experimentando, lo que quiere ser aprovechado para introducir sus modelos. En Rusia, por ejemplo, las ventas de Chevrolet han aumentado desde las 55.444 unidades de 2004 a 189.428 en 2007, lo que significa un incremento del 241,7%; en Ucrania ha pasado de 10.300 coches a 45.937 en 2007 (+346%), y en Italia Chevrolet ha pasado de vender 30.079 coches a 45.036 en 2007 (+49,7%). España supone para Chevrolet su cuarto mercado europeo, pero las cifras del pasado año no han sido tan espectaculares, ya que se vendieron 28.478 coches frente a los 29.500 vendidos en 2004 (-3,5%). El total de automóviles Chevrolet vendidos el pasado año en todos los mercados europeos fue de 457.224, un 82,1% más que los vendidos en 2004. "Es sólo el principio", en palabras de Wayne Brannon, máximo responsable de Chevrolet Europe.

AVEO 3 PUERTAS, PARA ABRIR MERCADOS

Justamente los datos de la nueva Chevrolet europea los obtuvimos en la ciudad polaca de Wroclaw, durante la presentación del nuevo Aveo de tres puertas, que se acaba de poner a la venta en España y que completa la gama del cuatro y cinco puertas, desterrando definitivamente la antigua denominación Koleos.

El nuevo coche se ubica en un segmento de mercado muy importante para Chevrolet, ya que representa el 28% de



sus ventas en Europa, lo que significa que con el modelo tres puertas aspira a incrementar ese porcentaje. Para España la marca prevé vender este año 6.000 unidades del Aveo y pasar a 14.000 en 2009, de las que el 20% será del modelo tres puertas, mientras que el cinco puertas se llevará el 70%.

Estamos ante una nueva carrocería con un aspecto más deportivo que la de sus hermanos de gama, lo que lo hace atractivo para gente joven, que podrá contar con una doble motorización. Una básica de 1.2 litros y 84 CV de potencia, que probamos por unas carreteras que nos recordaba a las que había en España hace 30 años, y que tuvo un comportamiento dinámico aceptable para mover un coche de este tamaño. Sin embargo, si lo que buscamos es más alegría en la conducción hay que usar el motor de 1.4 litros y 101 CV, lo que se deja notar a la hora de pedirle prestaciones al coche. En ambos casos, los ingenieros de la marca -se nos insistió en ello- han conseguido reducir el consumo de gasolina un 14%, al incorporarle fundamentalmente dos árboles de levas en cabeza.

Los precios con los que se ha lanzado, con impuesto de matriculación incluido, son de 10.715 euros en la versión básica del 1.2, y 12.935 euros para la versión más potente 1.4, al aplicarse a ambas motorizaciones el impuesto del 4,75%. Existe la posibilidad de un cambio automático para la versión más potente, pero no está disponible ninguna motorización diesel, lo que siempre en un mercado como el español supone limitar sus posibilidades de venta.

Carlos Lebraz