

**Eventos**

# Faconauto pone en marcha su “Re-Evolución” ante cerca de 2.000 asistentes

**Marta Blázquez, presidenta de Faconauto: “La edad media del parque y la cuota de electrificación debería ponernos la cara colorada”**

Faconauto celebró en Madrid, los días 5 y 6 de marzo, su Congreso & Expo 2024, que contó con ponentes nacionales e internacionales de la casa y de algunas de las asociaciones más representativas del sector. La presidenta de la patronal de los concesionarios, Marta Blázquez, aseguró que “el parque de 14 años y la cuota de electrificación del 12% (frente a la media europea del 22%) nos tiene que poner la cara colorada” y pidió medidas para que el cliente que se decanten por la electrificación.

› Texto **Irene Díaz** › Fotos **Faconauto**

Aproximadamente 2.000 profesionales del sector del concesionario se dieron cita en marzo en el Palacio Municipal de Congresos de Ifema Madrid. Convocados bajo el hashtag #Re\_Evolución, los congresistas estaban invitados a conocer, de la mano de su patronal, la Re-

Evolución, valga la redundancia, que atraviesa la automoción en estos momentos.

Tras la bienvenida de Juan Arrizabalaga, director general de Ifema, tomaron el testigo los anfitriones, Montse Martínez y José Ignacio Moya, directora general comercial y director general de

Faconauto, respectivamente, quienes se encargaron de presentar el congreso. Su intervención fue un alegato y una clara reivindicación del sector de la automoción y lo que este representa para la economía: “El motor económico de nuestro país no puede quedar relegado”, aseguraron.



Congreso & Expo 2024

MANUEL DÍAZ, SOCIO RESPONSABLE DE AUTOMOCIÓN PWC ESPAÑA, SE ENCARGÓ DE PRESENTAR EL ESTUDIO VCON 2023, QUE ARROJAN DATOS COMO QUE MG ES LA MARCA MEJOR VALORADA POR SUS CONCESIONARIOS

**LA SOSTENIBILIDAD, BUENA PARA EL NEGOCIO**

El primer ponente en tomar la palabra fue Juan Verde, estratega internacional y consejero de Joe Biden, que ofreció una ponencia en torno a la sostenibilidad, la economía circular y la transición a un nuevo modelo económico y la gran oportunidad de negocio e inversión que esta representa. “¿Podemos permitirnos ser sostenibles?”, se preguntaba. Y en esta línea respondía rotundo que no podemos permitirnos ser sostenibles, sino que debemos serlo, porque serlo es, de hecho, inteligente y hay datos que demuestran que ser sostenibles va a significar que nos vaya bien, por definición.

Tras él, una mesa redonda en la que participaron Gary Gilchrist, presidente de la NADA (EE.UU.); Gerardo Pérez, presidente de la AECDR (Europa); Martín Bresciani, presidente de ALADDA (Sudamérica), y Shen Jinjun, presidente de CADA (China), este último a través de una entrevista en video, arrojó conclusiones relacionadas con retos como la electrificación y otras cuestiones. “Somos comerciantes, capaces de vender cualquier marca”, comentó Gerardo Pérez, en relación a la cuestión que había sobre la mesa: la entrada de las marcas chinas en el mercado. Martín Bresciani, por su parte, señaló que el sueño familiar de la casa y el coche cada vez se acerca y se aleja más. El de la casa se esfuma por las dificultades de compra imperantes y el coche se convierte, sin embargo, en el anhelo principal de las familias

“que quieren un carro para generar recuerdos familiares”. Su argumentación: hay oportunidades de venta y, sin duda, hay mercado.

**ESTANCAMIENTO DEL VE**

La presidenta de la patronal, Marta Blázquez, trató sobre el estancamiento del vehículo eléctrico (VE) en España. Aseguró que se necesitan medidas urgentes y centradas en el cliente para salir de esta tesitura. “Quizá el cliente se está alejando”, comentó, y añadió que “el parque de 14 años y la cuota de electrificación del 12% (frente a la media europea del 22%) nos tiene que poner la cara colorada. Necesitamos medidas. Seamos

serios, porque el momento de la compra es ahora. Y pensemos en lo que quiere el cliente, como puntos de recarga”. Porque el cliente, en este momento, indicó, está “confundido, al borde de la apatía” y los concesionarios y el sector, en general, no le están sabiendo convencer para que se decante por la electrificación. En el marco de su intervención, y en la misma línea, propuso cuatro ejes de actuación coordinados por Moncloa para impulsar las matriculaciones de vehículos electrificados: precios más asequibles, mapa unificado de puntos de recarga, políticas fiscales incentivadoras y lanzamiento de mensajes constructivos en relación



José Ignacio Moya, director general de Faconauto, y Montse Martínez, directora general comercial de Faconauto, fueron los primeros miembros de la asociación en intervenir.



Juan Verde, estratega internacional y consejero de Joe Biden, insistió en la importancia que tiene la sostenibilidad para conseguir el éxito empresarial en la actualidad.



Eventos

MARTA BLÁZQUEZ

Presidenta de Faconauto

“FACONAUTO 2024 HA SIDO EL GRAN ESCAPARATE DE LA AUTOMOCIÓN”

El congreso dejó buen sabor de boca, en general, a los cerca de 2.000 asistentes y también a su presidenta, Marta Blázquez, que en una breve entrevista valoró el Congreso & Expo 2024.

¿Cómo valora Faconauto 2024?

Estoy muy satisfecha y contenta por el resultado de esta edición número 33. He visto caras felices en los más de 1.900 asistentes, hemos contado con el respaldo de 75 empresas que han estado presentes con stands maravillosos en los que presentar sus novedades y con 25 ponentes nacionales e internacionales que, junto con los workshops, han hecho del congreso el epicentro de tendencias, análisis y oportunidades para los concesionarios. Sin duda, ha sido un Congreso excepcional, pero lo más importante es ver la unidad del sector aquí y fuera de nuestras fronteras. Con la asistencia, también, de numerosas delegaciones internacionales que nos han acompañado y que nos han felicitado por organizar el mayor evento de automoción de nuestro país, según sus propias palabras.

¿Han cumplido sus objetivos marcados con respecto al congreso en cuestión de visitantes? ¿Y en cuanto a calidad? ¿Cómo ha sido el feedback recibido?

Los objetivos, edición tras edición, siempre aumentan y eso conlleva también una responsabilidad y un esfuerzo por dar un paso más allá. Este año hemos traspasado la cifra de la edición anterior, superando ampliamente los 1.500 congresistas que nos acompañaron en 2023, por lo que ese objetivo está cumplido, pero también el de calidad. Según las valoraciones que hemos obtenido, la presencia de ponentes internacionales, los espacios habilitados para el networking y novedades como



Faconauto Live, entre otras, donde los concesionarios han sido protagonistas, se han percibido como un gran salto. Seguiremos trabajando esta fórmula en las próximas ediciones.

¿Cómo valora la evolución del congreso y la exposición con respecto a 2023?

Mi percepción del congreso no puede ser más positiva. Creo que más que comparar con la edición anterior es momento de destacar que todo el sector ha mostrado que está comprometido con lo que representa y que siempre vamos a más. Faconauto 2024 ha sido el gran escaparate de la automoción, así lo hemos vivido todos los que de uno u otro modo hemos sido partícipes de él.

¿Cuáles son sus objetivos con respecto a la edición del año que viene?

Los objetivos que nos hemos marcado para la edición del próximo año van en la línea de poder seguir contando con más asistentes, tener un mayor impacto y, sobre todo, cumplir con las expectativas de los asistentes año tras año. Acabamos de terminar esta edición y ya estamos trabajando en la siguiente, viendo nuevas ideas, propuestas, analizando todo lo ocurrido los pasados días 5 y 6 de marzo. Si me preguntas por objetivos lo resumiría en seguir contando con el respaldo de las empresas que están presentes y la participación tan activa y en masa de los concesionarios.

al uso privado del automóvil. La siguiente intervención corrió a cargo de Wayne Griffiths, presidente de Anfac, que comenzó con un argumento emocional que hizo empatizar a los presentes: “Soy hijo del concesionario, casi nací allí, en el concesionario de mi padre. De pequeño lavaba coches y no llegaba ni al techo, los techos los lavaba mi padre”. Fue el pistoletazo de salida de un discurso orientado a poner en valor al concesionario y explicar que el automóvil está viviendo un momento disruptivo y que no hay vuelta atrás. “No hay una transición ordenada, sino una disrupción”,

subrayó, y recalcó la importancia de defender y proteger los negocios de retail del sector para poder mantenerlos. “Hemos vivido una pandemia, una crisis de los microchips, estamos experimentando los efectos del cambio climático... El mundo está cambiando y los actores que no se transformen van a desaparecer”, explicó.

EL VALOR DE LA POSVENTA

De su lado, Francisco J. Riberas, presidente de Sernauto, aprovechó su intervención para poner en valor a la posventa y la competitividad del

sector gracias al trabajo conjunto y el buen hacer de las personas que trabajan en él. “En los últimos años, Anfac, Sernauto y Faconauto hemos trabajado de manera conjunta en la competitividad de nuestro sector”, indicó. Y, sin más dilación, se centró de lleno en poner en valor al aftermarket, un sector “que aglutina a más de 1.000 empresas, que diseñamos y ofrecemos todo tipo de componentes que, al final, conforman los vehículos que terminan ensamblando las fábricas de los automóviles”. También Borja Sémper, vicesecretario de Cultura y portavoz



De izquierda a derecha: Gary Gilchrist, presidente de la NADA (EE.UU.); Gerardo Pérez, presidente de la AECDR (Europa); Martín Bresciani, presidente de la ALADDA (Sudamérica).

## Congreso & Expo 2024

“SOMOS COMERCIANTES. CAPACES DE VENDER CUALQUIER MARCA”, COMENTÓ GERARDO PÉREZ (AECDR), EN RELACIÓN A LA ENTRADA DE LAS MARCAS CHINAS EN EL MERCADO

otras cuestiones, y que todavía hay margen para una revisión en caso necesario. En esta línea, Solís también habló de lo aprendido en la negociación, empezando por la idea de que importa que haya españoles legislando para España, “porque barremos para dentro”. Y, finalmente, insistió en que “no se trata de apoyar al pacto, sino al ciudadano. Prohibir no es la solución. Lo es un entorno amigable con seguridad jurídica”.

### EL CASO DE ÉXITO DE HYUNDAI

Otro de los speakers internacionales invitados a la primera jornada del congreso fue José Muñoz, presidente y director de operaciones de Hyundai Motor Company. Muñoz contó la historia de la marca coreana, que comenzó en 1967, hace 57 años. Habló sobre su fundador, Ju-Yung-Chung, y de su actual chairman, Euisun Chung, y sobre todo, de cómo habían conseguido ser más innovadores y sostenibles y de cómo se han posicionado en 3º lugar como grupo de automoción frente a sus competidores en estos últimos años. “No se ha hecho a base de incentivos ni de tirar dinero al mercado. Tampoco fue casualidad. En 2019 comenzamos con un plan para el crecimiento rentable y sostenible”, sentenció.

### EL MODELO DE AGENCIA

El último tema a tratar durante la primera jornada del congreso fue el modelo de agencia y los retos en la gestión del concesionario. Se encargaron de ello Steve Young, director general de ICDP, y Brian Pasch, CEO de Pasch Group. Y trataron desde lo básico, empezando



Marta Blázquez, presidenta de Faconauto, habló sobre el estancamiento del vehículo eléctrico en España y propuso cuatro ejes de actuación coordinados por Moncloa para impulsar las matriculaciones de vehículos electrificados.

del PP, acudió a la inauguración del evento y aseguró que la compra de un vehículo representa “libertad, más lugares para conocer”, y añadió que “el desarrollo económico no puede entenderse sin la palabra coche. El coche es algo más que un salvorografías, es nuestra economía”. De este modo, puso en valor el sector de la automoción, explicando que habrá otras opciones compatibles, y que eso es bueno. Pero que, sin duda, el coche no va a desaparecer. Cambiará, eso sí, y será cada vez

más eficiente. Y en este asunto los políticos tienen una obligación muy clara “producir normativas justas y actuar desde la neutralidad tecnológica sin menoscabar el proceso de electrificación”, sentenció. Y de normativas justas también habló la eurodiputada Susana Solís, que ha participado en la creación de la normativa Euro 7. Contó cómo se llegó a la Euro 7, desde el ‘Green Deal’ hasta el ‘Objetivo 55’ (reducir las emisiones al 55%), pero recordó que no hay incentivos ni cargadores y que China y Estados Unidos llevan la delantera a España: “Hace falta un parón legislativo para hacer estudios”, comentó. En cuanto a 2035 como fecha clave en el horizonte, detalló que es precisa una mayor seguridad jurídica o aumentar la viabilidad de las baterías, entre

APROXIMADAMENTE 2.000 PROFESIONALES SE DIERON CITA EN MARZO EN EL PALACIO MUNICIPAL DE CONGRESOS DE IFEMA MADRID



## Eventos

por un breve recordatorio de qué es y qué no es el modelo de agencia. Empezando por las bases de este modelo: el modelo de agencia no asume ningún riesgo comercial relacionado con la marca, el modelo de negocio debe ser viable y, por último, que la actividad de agencia no puede mezclarse con la franquicia. Una de las conclusiones, entre tantas otras, fue que es necesario un nuevo enfoque.

### LA IA, PROTAGONISTA DE LA SEGUNDA JORNADA

En torno a las nueve y cuarto de la mañana, el auditorio Grupo Mutua del Palacio Municipal de Congresos de Ifema abrió sus puertas para acoger la sesión plenaria. Tomó la palabra Bernardo Hernández, emprendedor e inversor en nuevas tecnologías, fundador de Idealista y

directivo de Google. Hernández trajo bajo el brazo un tema de gran interés: la Inteligencia Artificial. Su ponencia pronto captó el interés de los asistentes. Hernández explicó que la IA "es el Santo Grial de la comunicación. Los ordenadores funcionaban con instrucciones claras y con la IA ha habido un cambio de paradigma. A los ordenadores ya no se les da instrucciones específicas, sino que se les enseña a que aprendan". Su conclusión fue clara: veremos muchas soluciones que cambiarán y se quedarán obsoletas hasta encontrar las definitivas. No obstante, tendremos que esperar, porque no todo va a suceder aquí y ahora. Las consecuencias, además, serán importantes. Y, mientras tanto, ofreció un consejo: debemos comenzar a entender qué es lo que

está pasando si queremos seguir siendo relevantes en el futuro.

### MAYOR URGENCIA, AMBICIÓN Y ANSIEDAD

El segundo ponente fue Valero Marín, director general de Cliente en Repsol, quien habló sobre descarbonización. Explicó que estamos en un momento de transición y que cada vez hay mayor "urgencia y ambición" y, por tanto, mayor "ansiedad". En este sentido, explicó que "no hay que limitarse para conseguir la descarbonización. Las moléculas renovables (biocombustibles) son una alternativa real" y hacen falta incentivos porque, a su juicio, prohibir la tecnología no ayuda: "La neutralidad debe ser la solución. No existe una única forma de movilidad válida, ni una única tipología o necesidad de cliente". En esta línea,



Wayne Griffiths, presidente de Anfac, puso en valor a los concesionarios y explicó que el automóvil está viviendo un momento disruptivo.



Francisco J. Riberas, presidente de Sernauto, recordó el importante papel de la posventa en la cadena de valor de la automoción.



A juicio de Sémpere, la obligación de los políticos es producir normativas justas y actuar desde la neutralidad tecnológica, sin menoscabar el proceso de electrificación.



La eurodiputada Susana Solís abogó por la necesidad de que haya españoles legislando para España.



Congreso & Expo 2024

presentó múltiples posibilidades, como los biocombustibles avanzados y la huella de carbono negativa, los e-fuels, el hidrógeno y, cómo no, la electricidad.

**LOS NUEVE PRINCIPIOS DE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE**

Tratado el tema de la descarbonización, tocaba hablar de sostenibilidad. Y la encargada de esa cuestión fue María Helena Antolín, presidenta del Consejo de Movilidad Sostenible de la CEOE. En su intervención presentó el Consejo que preside junto a sus vicepresidentes, Rafael Barbadillo, presidente de Confibus y del Consejo del Transporte y la logística de CEOE, y José López-Tafall, director general de Anfac. Después presentó los nueve principios para una movilidad sostenible, entre los que se incluyen impulsar un nuevo modelo de movilidad sostenible y multimodal basado en el principio de neutralidad tecnológica o definir un modelo de transición industrial de la movilidad de largo recorrido y que fomente las inversiones.

Tras Antolín, Manuel Díaz, socio responsable de automoción PwC España, tomó el testigo y presentó el estudio VCON 2023, que arroja datos como que MG es la marca mejor valorada por sus concesionarios (9,6), seguida de Dacia (es la que mejor evoluciona con respecto a 2023) y Renault, que ocupa el tercer puesto. Por contra, las firmas que obtienen peor puntuación son Fiat (1,9), Opel (1,9) y Peugeot (2,2). Otra conclusión interesante es que cuando los concesionarios son preguntados acerca de “qué nueva marca elegirían si tuvieran que hacer negocio con ella”, sobresalen las firmas chinas (31%), seguida de Toyota (19%) y el Grupo Volkswagen (12%). Con respecto al valor de la



**José Muñoz, presidente y director de operaciones de Hyundai Motor Company, desgranó el caso de éxito de la marca coreana.**

posventa, el 71% de los concesionarios encuestados asocia sus servicios en el taller a unos niveles altos de competitividad, si bien se muestran críticos con el soporte ofrecido por sus marcas. El ranking de firmas que mayor grado de competitividad obtienen en lo que se refiere al servicio de posventa son Seat, Volvo y Audi. En el lado opuesto figuran Peugeot, Fiat y Jaguar Land Rover.

**PREMIOS COMPROMISO**

En la segunda jornada del congreso, Faconauto hizo entrega de sus primeros Premios Compromiso, con los que reconoce la labor y la repercusión social de proyectos que trascienden, por su impacto, el ámbito de la automoción. De este modo, ESADE recibió el Premio Universidad Faconauto; la Selección Española de Fútbol Femenino, el Premio Faconauto Woman; el Hospital Nacional de Paraplégicos de Toledo, el de Seguridad Vial, e IDEA, el de Faconauto Verde. Francisco Galnares, director general del Grupo Syrisa, recibió el Premio a

la Trayectoria Profesional y, finalmente, la patronal entregó el Premio VCON Mejor Evolución y el premio VCON Marca Mejor Valorada, que fue para MG. En torno al mediodía, la presidenta de Faconauto y Jordi Hereu, recién nombrado ministro de Industria y Comercio, pusieron el broche final a la convocatoria. Marta Blázquez instó a los representantes políticos presentes a nadar en la dirección de la automoción y a permitir que la descarbonización avance al ritmo del sector. También solicitó que las ayudas lleguen en el momento de la compra del cliente, un mapa único que facilite al consumidor todos los puntos de recarga y la garantía de que los usuarios no se van a quedar tirados. Hereu fue contundente: “La edad del parque automovilístico tiene que bajar. El porcentaje de electrificación es insuficiente”, y aseguró, que el Gobierno tiene labores que hacer para que la movilidad sostenible despegue. “Soy el primer interesado en que esto se acometa”, apostilló, adelantando que la Administración está volcada y que tienen en marcha diversos PERTES (Proyectos Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica). “Soy muy consciente de que la cuota de la movilidad electrificada debe aumentar y voy a mandar un mensaje de confianza: nos unimos a vosotros para conseguirlo”, concluyó. ●

LA EURODIPUTADA SUSANA SOLÍS HABLÓ DE LO APRENDIDO EN LA NEGOCIACIÓN DE LA NORMATIVA EURO 7, EMPEZANDO POR LA IMPORTANCIA DE QUE HAYA ESPAÑOLES LEGISLANDO PARA ESPAÑA, “PORQUE BARREMOS PARA DENTRO”