

NO SOY UN ROBOT**ENTREVISTAS****SERGIO MARTÍNEZ CAMPOS: "HISPANO SUIZA SUPERÓ UNA GUERRA CIVIL; NO NOS IBA A PARAR UN VIRUS"**

¿Cómo relanzar una firma tan clásica como Hispano Suiza... reconvertida en constructor de hipercoches eléctricos? Su CEO, Sergio Martínez-Campos, nos ha dado algunas pistas en pleno Festival de Goodwood.

SERGIO ÁLVAREZ - hace 2 semanas



Autor: Alejo Pérez-Monsalvo

El **Festival de la Velocidad de Goodwood** es el gran evento anual en el que se dan cita todos los vehículos de competición que te puedas imaginar: Desde monoplazas de principios del siglo XX, hasta el **Mercedes** campeón de constructores de **Fórmula 1** el año pasado. Durante ese fin de semana, las estrellas de ayer y de hoy, del automovilismo y del motociclismo, se pasean por los enormes jardines del **Duque de Richmond**... mientras las máquinas con las que compitieron suben por su **colina** una tras otra.

En su edición de 2022, una marca española emergente se ha sumado a completar esta subida. El ex piloto de F1 y ex jefe del equipo **HRT**, **Luis Pérez-Sala**, se puso a los mandos del **Hispano Suiza Carmen** para completar este popular ascenso. Su plan inicial era haberlo realizado en 2020, pero los rigores de la **pandemia** lo retrasaron hasta este año. Mientras coche y piloto se preparaban, tuvimos la oportunidad de charlar con **Sergio Martínez Campos**, CEO de la marca: "Una de las grandes colecciones de Hispano-Suiza la tiene la Casa Real británica; y una de las mayores de **Rolls-Royce**... la Casa Real española!".

¿Cómo surgió la oportunidad de traer el Carmen al Festival de Goodwood?

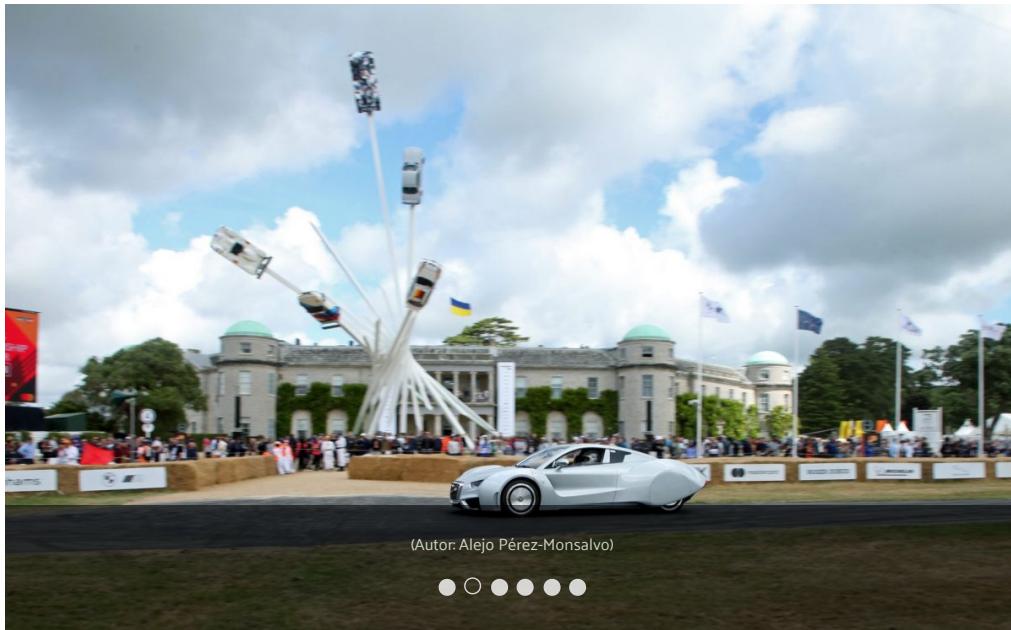
«Nosotros teníamos muy claro que teníamos que estar. Una marca con tanta repercusión como Hispano Suiza, que entre 1904 y 1946 era el coche de lujo por excelencia en Europa, y siendo Rolls-Royce el coche inglés... Estar aquí en Goodwood es un momento histórico».

¿Cómo convencerías a un cliente potencial de que tiene que conducir un superdeportivo eléctrico en vez de uno convencional?

«En primer lugar, hay un cambio de paradigma en el sector de la automoción. Nosotros siempre lo equiparamos a una Quinta Revolución Industrial. No todos venimos de los vehículos de combustión, pero la tecnología evoluciona. Ya en nuestra primera época producimos coches con la última tecnología, y con el Carmen hemos querido presentar la plataforma eléctrica con más potencia del mundo. Al final hay que evolucionar: la automoción camina hacia más sostenibilidad y más potencia. Es un cambio de concepto, y nosotros somos prescriptores de ello, planteándolo como un lujo tecnológico».

Supongamos que somos ese cliente potencial: Estoy tratando de decidirme entre un Aston Martin Valkyrie, un Bugatti-Rimac y el Carmen. ¿Por qué debería comprarme el Carmen?

«Primero, porque somos historia viva de la automoción. La misma familia fundadora de 1904 (nuestro presidente es la cuarta generación) decide lanzar la marca como un coche 100% español. En segundo lugar, la tecnología del Carmen es única: no nos comparamos, simplemente ofrecemos lo mejor que podemos dar en un coche hecho a mano. Lo ha concebido el mismo equipo que ganó un campeonato de Fórmula E, de modo que los diseños, nuestro ADN... nos hace diferentes».



¿Cuál será la siguiente evolución del Carmen? ¿Qué plan tenéis?

«Desde que, en 2018, comenzamos a relanzar la marca, sabíamos que si volvíamos era para quedarnos. Sólo va a haber 19 unidades de edición limitada del Carmen, y cinco del Carmen Boulogne; pero el Carmen es la punta del iceberg de todo lo que queremos hacer en el futuro. Lo que sí sabemos es que, si queremos quedarnos en el mercado, tenemos que evolucionar con otros productos. Ya los estamos pensando para el futuro de la marca, y esperamos poder comunicar en breve esa estrategia. Llevamos cinco años de proyecto y dos años de posicionamiento de marca, para que nos vuelvan a conocer allá donde se nos había olvidado un poco. Ahora vienen dos años de consolidación, con nuevos lanzamientos».

Existen precedentes de pequeños constructores de nicho que quisieron salir al mercado, pero las cosas no les funcionaron bien. ¿Analizasteis las lecciones aprendidas de esos otros fabricantes?

«El nivel de riesgo lo tenemos medido. Evidentemente, no contábamos con una pandemia, como les ha pasado a todas las marcas. Pero no es el primer intento que hemos hecho desde 1946: se intentó en 2002; la familia Suqué Mateu volvió a la carga en 2012. De modo que sí que nos hemos fijado mucho en cómo no hacer las cosas. Es igual de importante cómo no equivocarte, que seguir los debidos pasos para lanzar un vehículo. Empresarialmente, tenemos muy claro lo que queremos ser de mayores. Además, desde el punto de vista financiero, detrás tenemos el respaldo del Grupo Peralada, con lo que los pasos que damos son sólidos».

¿Cuándo fue la primera vez que oíste hablar de Hispano-Suiza?

«Era niño, porque mi tío, el hermano mayor de mi padre, vive en México y tiene un amigo coleccionista de unidades de la marca. Así que podría decir que llevo escuchando "Hispano Suiza" desde los 13 o 14 años. De hecho, en el 2012 aproximadamente, esta persona ya me pidió que **Miguel Suqué** le firmara unos libros sobre Hispano como dedicatorias».

El Grupo Peralada tiene otras unidades de negocio, no vinculadas al motor. ¿Hay intención de realizar algún tipo de integración comercial?

«El Grupo Peralada tiene diferentes divisiones. Hispano Suiza es su división industrial. En realidad, primero se fundó Hispano y después llegó el Grupo Peralada, con casinos, área inmobiliaria... Nosotros siempre explicamos que Hispano Suiza es más que un coche: es un estilo de vida. Formamos parte de una forma particular de entenderla, representativa del Grupo Peralada. Cuando sales por la puerta del coche, tienes todo ese mundo de un buen vino, un

buen resort... Es una integración familiar. Sucede lo mismo con Goodwood: también es un estilo de vida. En el caso de Hispano-Suiza y Peralada, representan un estilo surgido del Sur de Europa, de Barcelona».

¿Os interesa la Fórmula E?

«Todo lo que sea sostenibilidad nos interesa muchísimo. De hecho, participamos en la Extreme E con Carlos Sainz padre, con el equipo Acciona Carlos Sainz. El equipo que ha creado el Carmen se inspiró en el coche con el que ganaron el campeonato de Fórmula E, incorporando todo aquello que pudiera mejorar al Hispano-Suiza Carmen».

¿Qué crees que dirían los fundadores de Hispano-Suiza si volvieran y vieran el Carmen?

«Si ahora mismo estuvieran aquí (seguro que sí, y es una gran responsabilidad para nosotros!), dirían que estamos repitiendo la historia. En 1904, la gente iba a caballo y ellos eran esos pequeños grandes locos... Así que creo que tendrán un punto de orgullo porque estemos haciendo lo mismo que ellos hace 118 años».

¿En algún momento os habéis fijado en elementos tecnológicos del pasado para los Hispano-Suiza actuales?

«En algunos libros de historia de la automoción se recoge que **Damián Mateu**, como empresario (el bisabuelo de nuestro presidente) se planteó cómo mejorar los procesos de producción para optimizar las horas de trabajo; podríamos considerarlo el Henry Ford español... Nosotros estamos tratando de demostrar que se puede hacer un "hipercoche" artesanal, sostenible, con talento nacional... Lo fabricamos como en 1904, pero con nueva tecnología. De modo que sí que pensamos que, empresarialmente, teníamos que ser sostenibles también en ese sentido, en el sistema productivo: ¿qué metodología seguimos en nuestros departamentos para ser eficientes y durar en el tiempo? Para que no ocurran esos pequeños errores que se pueden haber cometido en otros ejemplos de pequeños constructores...».

Desde la perspectiva de la empresa, ¿qué medidas crees oportunas para que la marca Hispano-Suiza no se vuelva a perder en el tiempo?

«Cabe decir que Hispano Suiza cesó su actividad por la posguerra española. Y ahora voy a contar un ejemplo real en plena pandemia: cuando los coches iban al Salón de Ginebra desde Barcelona, en la frontera de Francia me llama la directora del salón y me informa de que se cancela por el coronavirus. Para nosotros es un shock, en el primer año en el que nos proponíamos consolidar ventas... Hablamos con nuestro presidente, y me escribe: "Sergio, te voy a decir una cosa: Hispano-Suiza superó una guerra civil, la gripe española, una guerra mundial... no nos va a parar un virus. Somos una empresa en la que todos trabajamos con pasión y sacrificio. Preparémonos para el día 'D+1'". Y por eso estamos aquí: tenemos muy bien pensado cómo no parar a pesar de las adversidades».

¿Qué es lo que más te entusiasma del Carmen?

«Hace cien años, cuando la gente veía un Hispano Suiza por la calle, lo reconocía al instante; al segundo día, al público ya le está pasando lo mismo en Goodwood con el Carmen. Una de las cosas que hemos conseguido es la sensación de estar como en el salón de casa, a pesar de subirte en un superdeportivo de 1.000 CV de potencia. En el habitáculo, combinar un concepto casi de monoplaza con esta comodidad es muy difícil. Esta apertura en el habitáculo permite incluso que, si se te cae el móvil, te lo pueda coger sin dificultad. Además, desde el punto de vista del diseño, te hacemos entender que estás en un monocabo de fibra de carbono, pero de una forma muy sutil...».

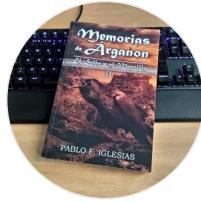
Entrevista realizada con la colaboración de Alejo Pérez-Monsalvo y Diego Merino, de Iberianmph.com.

SERGIO ÁLVAREZ

Coleccionista de catálogos y revistas de coches desde los cuatro años. Al final, algo retienes sobre cómo escribir de motor. 'Frikazo' de la F1 certificado por un 'insider'. Yo también estuve en Autofácil, Car&Tecno, One Magazine, disfruto con Iberianmph.com... y ahora me tratan como firma invitada de HackerCar. En la actualidad, me vuelco en la investigación y (con mucho esfuerzo y un poco de suerte) docencia universitaria de la comunicación orientada a objetivos.

COMPRAS INTELIGENTES**Renault Kadjar Black Edition**

Una serie especial a un precio muy interesante

Desde 26.317€**Memorias de Árganon: El Sello y el Martillo**

El mejor libro para este verano

Por 14,99 €**Balizas V16**

Luces que van a sustituir al triangulo de emergencias

Desde 21,95€**Peugeot 3008 GT Pack**

La versión más completa con un motor potente.

Desde 39.079€