

Mercedes introduce pequeños cambios estéticos en su Clase A

Con el paquete 'Blue Efficiency', los nuevos modelos consumen y emiten menos

P.F.

MADRID. Mercedes ha elegido el Salón "Auto Mobil Internacional" (AMI) de Leipzig (5 al 13 de abril) como escenario para presentar el Clase A modelo 2008.

Tras un extensivo programa de medidas de actualización, el com-

pacto Clase A será, a partir de junio, más joven, más atractivo y más ecológico. La función *Eco start/stop* que estará disponible en los modelos A 150 y A 170 a partir de otoño, reduce el consumo de estas *Blue Efficiency* versiones hasta un 9 por ciento en ciudad.

Mercedes-Benz ha desarrollado un paquete *Blue Efficiency* adicional para el modelo A 160 CDI de tres puertas con el que el consumo se queda en 4,5 litros a los 100 kilómetros y las emisiones de CO₂ son de 119 gramos por kilómetro.

En el exterior son destacables los

faros, que con su renovado contorno parecen formar una pieza con todo el frontal y las aletas. El parachoques delantero refuerza esta impresión, con una toma de aire más ancha y una parrilla rediseñada. El parachoques trasero es también de nueva factura, así como el contorno de los grupos ópticos traseros, ahora más extendido hacia los lados.

Además de las medi-

das tomadas encaminadas a reducir el consumo y las emisiones en los A 150 y A 170 de gasolina y A 160



Mercedes Clase A. elEconomista

CDI diésel, los Clase A modelo 2008 podrán ir equipados con la ayuda activa para aparcar, estrenada en el Clase B, la ayuda para arranque en pendiente, la luz de freno con destellos y el alumbrado de emergencia activo. Éste último enciende

la luz interior del vehículo tras un choque para facilitar la salida y rescate de los ocupantes del interior del vehículo.

Los nuevos Clase A modelo 2008 se pondrán a la venta en junio, aunque aún no hay precios anunciados.

El interés de Hacienda por las ventas de coches 'kilómetro cero' enfrenta a concesionarios y marcas

SERGIO PICCIONE

MADRID.- Las actas que inspectores de Hacienda están levantando a algunos concesionarios de automóviles, particularmente de Andalucía y Galicia, enfrenta a concesionarios y a las marcas.

El origen de esta confrontación está en el descenso de los ingresos por el IVA en la compra de automóviles que ha encendido todas las alarmas en Hacienda.

El IVA por la compra de automóviles nuevos aportó en 2007 un total de 3.919,34 millones de euros a las arcas del Estado, lo que ha supuesto una reducción del 2,4% respecto al año anterior, mientras que la recaudación por el impuesto de matriculación, que es competencia

de las comunidades autónomas, totalizó 1.703,3 millones, un 4% más. La recaudación total fue de 5.622,72 millones, un 0,5% menos que el ejercicio precedente, consecuente con un mercado que se redujo un 1,2%.

Una de las causas a las que la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) atribuye este descenso a un incremento de las ventas de coches 'kilómetro cero' así como el aumento de los descuentos y las promociones.

Aunque desde la AEAT se niega que se haya puesto en marcha un plan específico, los inspectores de Hacienda están levantando actas en los concesionarios, por considerar que el importe sobre el que

han aplicado el impuesto no se corresponde con la base imponible que debería declararse.

Habitualmente, las marcas de automóviles emiten una factura por cada vehículo que venden a sus concesionarios, con una base imponible determinada. Cuando se trata de vehículos destinados a campañas promocionales -coches de demostración, cortesía, servicios generales o 'kilómetro cero'- que el concesionario matricula a su nombre, las marcas emiten una nueva factura, que rectifica la anterior, en la que se contempla el descuento que les aplican. Esta nueva factura es utilizada por los concesionarios como base imponible para aplicar los gravámenes.

Pero los inspectores de Hacienda han empezado a rechazar esta factura rectificadora argumentando que según la Ley de impuestos especiales, entre los que figura el de matriculación, la base imponible deberá ser la misma para este gravamen y para el IVA y no admite rectificación por nueva factura. Sin embargo, la Ley que regula el IVA sí permite modificación para recoger descuentos.

Para los concesionarios, según explicaba el vicepresidente de Faconauto, su federación, Francisco Salazar Simpson, el posible fraude fiscal del que se les acusa viene inducido por las marcas que les imponen las operaciones 'kilómetro cero' en la mayoría de los casos.

El nuevo impuesto de CO2, sin apenas efecto en los precios

MOTOR

M. Cupeiro

El nuevo impuesto de matriculación ha servido de excusa a los fabricantes de coches para repositionar en precio sus modelos. En conjunto, el precio final de los vehículos nuevos ha descendido un 0,80% en el pasado enero —el primer mes de aplicación de la nueva tasa— respecto a diciembre, según las cifras de la consultora MSI para la patronal de los concesionarios, Faconauto. Lo primero que llama la atención en estos datos es esa bajada de casi un punto en un mes en el

Los fabricantes generalistas son los que se muestran más generosos a la hora de trasladar al precio final del vehículo el descuento que supone la nueva tasa

que es normal que los vehículos eleven su precio.

El nuevo impuesto ha hecho que el desembolso a realizar a Hacienda por parte del comprador del vehículo pase de suponer entre un 7% y un 12% sobre el precio del coche a estar ligado a las emisiones de dióxido de carbono (CO2) del automóvil. De esta forma, aquellos coches que emitan 120 gramos de CO2 por kilómetro recorrido o menos no

pagan nada y los que emitan más de 200 gr. de CO2 pagan un máximo de 14,75%. En la práctica esto supone que algunos modelos suban de precio y otros bajan.

Traslado del descuento

En líneas generales, las marcas de volumen —Renault, Citroën, Ford, Seat y Opel— han hecho un esfuerzo para trasladar la rebaja fiscal que supone el nuevo impuesto al cliente fi-

nal. Renault, que asegura contar con el mayor número de vehículos exento de pagar esta tasa, redujo el precio final de sus modelos un 3,03%. Las marcas premium, como Mercedes y BMW, también han hecho un esfuerzo. Si bien la mayoría de sus modelos elevan su coste por la nueva tasa, no han trasladado esa subida al cliente. El precio medio de un Mercedes cayó un 2,07% y el de un BMW, un 1,84%.

Entre los vehículos que quedan exentos del impuesto está el Peugeot 107. El pasado enero el precio de este modelo se redujo en un 5,19% respecto a diciembre de 2007. Esto supone que el fabricante ha trasladado buena parte el descuento que supone el impuesto al cliente, ya que este vehículo ha pasado de pagar una tasa de entre el 7% y el 12% de su precio a no pagar nada y su coste se ha reducido en un 5,19%. En el caso del Citroën C1, modelo hermano del 107, también exento del impuesto, su precio se ha reducido un 0,89%. La marca no ha trasladado todo el descuento al cliente, lo que su-

pone que ha subido el precio franco de fábrica del vehículo.

El modelo que más ha elevado su coste es el Jeep Grand Cherokee, un 10,92%. Lógico ya que este modelo paga la tasa más alta, el 14,75%. Lo que pone de manifiesto que la marca no ha trasladado toda la subida del impuesto al precio del coche. El modelo que más ha reducido su coste es el Lexus RX4, un 15,93%. Entre las marcas que más han bajado su precio están Lexus (-4,81%), Mini (-3,47%), Renault (-3,03%) y Mercedes (-2,07%). Las que más lo aumentan son Jeep (8,21%), Land Rover (5,55%) y Chrysler (2,02%).

La nueva 'tasa verde' hace caer sólo un 1% los precios de los coches desde enero

Los fabricantes absorben parte de los incentivos a la compra de modelos con bajas emisiones. El 'stock' de vehículos acumulado por las concesiones tarda más de dos meses en venderse

CÉSAR URRUTIA

MADRID.- Nueva tabla fiscal, créditos más caros y desplome de ventas. El cóctel con el que ha comenzado el primer trimestre del año ha puesto patas arriba al mercado del automóvil, que espera con cierta ansiedad la respuesta de la demanda en las próximas semanas para saber si hace frente a un año difícil o a algo mucho peor.

El estreno del nuevo impuesto de matriculación que establece exenciones fiscales a los vehículos con emisiones de CO2 inferiores a 120 gramos por kilómetro recorrido (gr/km) desde el pasado uno de enero ha sorprendido a los concesionarios en pleno cambio de ciclo. Aproximadamente seis de cada 10 vehículos han visto bajar o desaparecer sus impuestos de matriculación, lo que ha tenido un efecto directo sobre los precios finales.

Según un estudio elaborado por Faconauto, la patronal de concesionarios, las marcas rebajaron un 1% las tarifas medias recomendadas de sus gamas de vehículos entre el pasado mes de diciembre y enero de este año, lo que significa que parte de los incentivos a la compra de coches de bajas emisiones han sido absorbidos por las compañías y otra parte ha sido trasladada a los clientes.

Claro que no todas han seguido la misma estrategia. Además del nivel de emisiones de CO2, la política de precios de las marcas depende de la edad de su gama de vehículos y sus objetivos comerciales, entre otras cosas y hay firmas como BMW, Honda, Lexus o Renault cuyas rebajas superan a la media del mercado mientras otras como Chrysler, Land Rover o Hyundai, han seguido la dirección opuesta.

Así, marcas que basan su negocio en vender grandes volúmenes

Los efectos en el mercado

Modelos más rebajados

	% Variación del precio
Mazda RX8	-14,39%
Toyota AYGO	-6,30%
Peugeot 107	-5,19%
Ford FUSION	-4,99%
SsanYong RODIUS	-4,94%
Chevrolet LACETTI	-4,70%
Renault CLIO	-4,58%
BMW Serie 1	-4,48%
Peugeot 207	-4,31%
Suzuki SWIFT	-3,98%

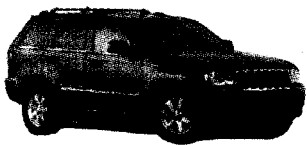
Mazda RX8



Los modelos que más se encarecen

Jeep GRAND CHEROKEE	10,92%
Land Rover FREELANDER	9,30%
Kia MAGENTIS	9,04%
Jeep COMPASS	8,94%
Jeep PATRIOT	8,41%
Lexus GS3	7,48%
Chrysler SEBRING	7,40%
Jeep WRANGLER	6,76%
Toyota LAND CRUISER	5,97%
Saab 9-5	5,84%

Jeep Grand Cherokee



Matriculaciones entre enero y marzo

Total: 347.719 unidades % Variación: -15,3%

	% Variación	Total
Turismos 4X4	49,6	1.269
Micro	4,3	11.994
Deportivo (gama alta)	1,2	2.191
Compacto	-5,0	110.133
Grande	-11,9	12.463
Pequeño	-12,7	96.893
Medio	-17,2	39.145
Todoterreno mediano	-21,6	9.590
Todoterreno pequeño	-22,8	6.019
Monovolumen compacto	-26,2	41.541
Monovolumen grande	-45,2	6.000
Todoterreno grande	-47,7	8.433
Superior	-49,9	809
Deportivo (gama baja)	-57,1	1.239

FUENTE: Faconauto y Aniacam.

Cristina Celada / EL MUNDO

de vehículos a tarifas competitivas han compensado los efectos del nuevo impuesto manteniendo los precios de los modelos que deberían ser más baratos por la rebaja fiscal y rebajando la factura en

modelos que por sus emisiones pagan más impuestos desde primeros de año.

Un ejemplo es Toyota. El grupo japonés tiene en su gama el híbrido Prius, exento de tasa de matri-

culación desde enero, y el todoterreno Land Cruiser, pagano de la nueva política fiscal.

A pesar de no tener que pagar ya el impuesto del 6% que gravaba al primero, los compradores del Prius pagan por el coche el mismo precio final que abonaban en 2007. Mientras tanto, los clientes del Land Cruiser, que deberían asumir un recargo del 14,75% frente al 12% que pagaban el año pasado han visto subir el precio del modelo en casi un 6%. En general, marcas de todoterrenos como Jeep y Land Rover son las que más se han encarecido con el nuevo impuesto. Las ventas de estos vehículos cayeron un 15% en el primer trimestre.

Incentivos fiscales aparte, las previsiones del sector sobre el mercado en los próximos meses son poco halagüeñas. «Las previsiones son malas, pesan las malas noticias sobre empleo, inflación y bajada del consumo y cuesta más tiempo vender los coches por lo que descuentos de 1.200 euros como los que se aplican ahora aumentarán en los próximos meses», explica el portavoz de Faconauto, José Armenteros. Según esta asociación, aunque las marcas tratan de vender sus coches bajo pedido, los modelos ya fabricados y expuestos a la venta tardan más de dos meses en ser liquidados.

Desde las entidades de crédito el punto de vista es similar. «El número de préstamos impagados ha crecido lo suficiente como para que los bancos seleccionen a los clientes en función de su estabilidad laboral, algo que ahora hay que mirar mejor», explica el responsable de financiación de automóviles de Banco Cetelem, Javier Ulecia. Cetelem espera que las ventas de vehículos caigan un 5% este año.

Nissan elimina el turno de noche de sus todoterreno por la caída de ventas

La compañía calcula **un excedente laboral de entre 100 y 150 trabajadores más**, que se deberán unir en los próximos doce meses a los 127 que ya han cesado voluntariamente

JOAN CARLES VALERO

BARCELONA. El frenazo en las ventas de automóviles, especialmente acusado entre los vehículos sometidos a una mayor presión fiscal por un impuesto medioambiental, ha obligado a Nissan Motor Ibérica a suprimir desde anoche el tercer turno de producción de la «pick up» Navara y del todoterreno Pathfinder en su fábrica de la Zona Franca de Barcelona.

Hasta el momento 127 trabajadores se han acogido a un plan de bajas voluntarias, pero la filial española del consorcio francojaponés ha avanzado a «ABC» que en el horizonte de los próximos doce meses el excedente laboral duplica esa cifra. La medida obedece a un plan pactado con los sindicatos de adecuación al mercado.

El plan fue una medida planteada por la compañía japonesa tras anunciar un excedente de plantilla de 450 trabajadores en Barcelona. Nissan abrió la posibilidad de bajas voluntarias como «paso previo» a la ejecución del expediente de regulación de empleo (ERE) que, finalmente, pudo evitarse prolongando el plan de bajas hasta final de año y pactando una serie de medidas con el comité de empresa.

El 26 de febrero, fecha en la que empresa y sindicatos firmaron el acuerdo aparcando el expediente, había 111 personas dispuestas a abandonar la factoría de forma voluntaria con indemnizaciones de 45 días por año trabajado hasta un máximo de 10.000 euros. Desde entonces se han apuntado 16 personas más a esta lista.

El portavoz de Nissan declinó a Ep valorar la cifra de apuntados, pero recordó que «aún quedan muchos meses por delante» para que la lista aumente. «Muchos trabajadores se han interesado por las condiciones de salida», añadió.

Otra de las medidas preacordada fue trabajar de forma voluntaria durante los cinco últimos días de agosto en las líneas del modelo X-83 (Primastar, Traffic, Vivaro) para afrontar el alza de la producción. Además, se pactó una flexibilidad de cinco días a la baja en la producción de todoterrenos (Pathfinder y Navara), de modo que la empresa podrá parar la



Vista parcial de la fábrica que Nissan tiene en Ávila

M. MARTIN

producción de este producto hasta durante quince días si lo considera necesario, en lugar de los diez previstos hasta ahora. Los términos preacordados también incluyeron la propuesta de la empresa de aumentar el ritmo de producción en las líneas de todoterrenos, pasando de las 326 unidades diarias a 370, y de 390 a 420 unidades al día en el caso de la furgoneta X-83.

El consejero director general de Nissan Motor Ibérica, José Vicente de los Mozos, apeló en enero pasado a la responsabilidad de los sindicatos para

UGT pide claridad a Valeo

La coordinadora de MCA-UGT en el fabricante francés de componentes para el automóvil Valeo ha exigido a la compañía que presente un plan industrial «como apuesta de futuro para todas las plantas españolas».

Tánger, «oportunidad» de reducir costes si se traslada la industria de componentes española

solventar el excedente de plantilla en la fábrica de Barcelona y evitar generar una mala imagen ante la matriz japonesa.

Nissan anunció en octubre pasado que la nueva furgoneta a la que optaba la planta de Barcelona se fabricaría en Tánger (Marruecos), con una capacidad para producir hasta 400.000 unidades al año.

El presidente de la Generalitat, José Montilla, emprende hoy viaje a Marruecos para fomentar las relaciones económicas catalano-magrebíes, como la instalación de un polígono industrial en Tánger.

Componentes

El sector vasco de automoción facturó 11.000 millones

El sector vasco de automoción sigue su senda de crecimiento de los últimos años alcanzando en 2007 los 11.020 millones de euros de facturación, un 15% más. Este crecimiento se basa en un posicionamiento global muy rápido, en un aumento de las ventas en mercados exteriores y en una mejora continua de la productividad.

Audi confía en los nuevos modelos para recuperar el liderazgo

JOSÉ LUIS CANO

IBIZA.- Los primeros meses de 2008 han sido un vía crucis para la filial española de Audi. Mientras BMW y Mercedes crecían el 2% y del 4% respectivamente, el líder del segmento en la última década sufrió una caída del 26% en el primer trimestre.

Pero los dirigentes de la marca no van a dejar que las cosas queden así y basan su recuperación en la llegada de nuevos productos que deben permitir a la marca lograr el objetivo de vender un millón de vehículos durante 2008 en todo el mundo.

El primero será el todocamino Q5, que será presentado en el Salón de Pekín en cuestión de dos semanas y que llegará a los concesionarios antes de final de año. Pero no será el último. Durante 2008 también están previstos la versión descapotable del A3 y la carrocería familiar de la tercera generación del A4, que se venderá en mayo.

Esta última es muy importante para la marca alemana en la mayoría de los mercados aunque algo menos para la filial española dada la pequeña demanda que hasta ahora tienen los coches familiares en el país. No obstante, Audi prevé que en España se vendan 5.000 unidades del Audi A4 Avant en 2008, lo que supone una cuota del 27% del total de ventas del modelo. Hasta la fecha, Audi ha vendido 60.000 unidades del nuevo A4 en todo el mundo, de las que 3.500 -alrededor del 5%- lo han sido en el mercado español.

Cuando comiencen las ventas, la gama costará de dos versiones con motor de gasolina y otras dos con diésel. Los motores de gasolina serán el 1.8 TFSI de 160 caballos y el 3.2 FSI de 265 caballos. Ambos motores se podrán combinar con una caja manual de seis marchas o bien con un cambio automático de ocho y seis velocidades, respectivamente. En las opciones de gasóleo, se podrá escoger entre el motor dos litros TDi de 143 caballos -con cambio manual de seis marchas o automático de ocho- y el tres litros TDi de 240 caballos, asociado solo a una caja manual de seis marchas. Los precios van de 32.820 euros a 49.410 euros.

Más adelante la oferta de motores se ampliará con los siguientes motores: un 1,8 litros TFSI de 120 caballos; las dos variantes del dos litros TFSI con potencias de 180 y 211 caballos; y un diésel de 2,7 litros TDi de 190 caballos.

Hamilton volvió a fallar con el botón

EL DIRECTOR GENERAL DE MCLAREN REVELA LA TORPEZA DEL INGLÉS EN LA SALIDA DE BAHREIN ● EXCULPA A ALONSO DEL CHOQUE

LONDRES.- El director general de McLaren, Martin Whitmarsh, reveló ayer que el piloto Lewis Hamilton «apretó el botón equivocado» cuando el pasado domingo se quedó clavado en la salida del Gran Premio de Bahrein, pero precisó que el equipo «no acostumbra a culpar a sus pilotos en público». «Fue un error de procedimiento. Su máquina estaba en posición incorrecta y dio lugar a que pulsara el botón de *anti-stall*, de ahí que le adelantara todo el mundo», explicó.

Hamilton volvió a caer en el mismo error que le privó del título el año pasado, cuando se quedó clavado en el circuito de Interlagos. Lo mismo le sucedió a su compañero Kovalainen en Malasia. A la vista de lo sucedido en Bahrein, Whitmarsh se pregunta si el mecanismo es el adecuado: «¿Es claro el procedimiento? ¿Es suficientemente sencillo?», se cuestionó ayer en la página web de la escudería inglesa.

Whitmarsh reconoció que Lewis está «decepcionado», pero aseguró que «es muy fuerte mentalmente». «Hizo una calificación razonable, pero un accidente hizo que el viernes no fuera su mejor día, y tampoco el domingo, pero no perderá confianza. Ha-

milton cree en sí mismo y regresará más fuerte en el Gran Premio de España».

Respecto al toque por detrás al coche de Alonso, en el que Hamilton rompió el alerón delantero superior de su McLaren, Whitmarsh reveló que, al examinar los detalles en la sala de ingenieros, observaron que la pieza había desaparecido dos segundos antes del accidente, informa Efe.

«Por eso, súbitamente perdió adherencia. No hemos analizado lo que sucedió pero sospechamos que la estructura estaba dañada por un contacto anterior. Podría haberse roto por sí misma, pero eso nunca ha sucedido antes, de ahí que un contacto fuera la causa más probable», explicó. Whitmarsh exculpó al español en el incidente: «No hay ninguna prueba de que Fernando hiciera nada incorrecto. El impacto dañó otros elementos del coche de Lewis y tuvo que maniobrar como pudo».

El director de McLaren admitió también que el equipo BMW está surgiendo como un rival consistente. «Hay que felicitarlos. Nosotros estuvimos por debajo de nuestras posibilidades, pero sus coches estuvieron muy fuertes. Está claro que va a ser un campeonato duro».

Hamilton único culpable de su mala salida en Sakhir

"Lewis Hamilton apretó el botón equivocado cuando se quedó clavado en la salida de Bahrain". Son declaraciones del director general de McLaren, Martin Whitmarsh. Tras precisar que el equipo "no acostumbra a culpar a sus pilotos en público", continuó: "Fue un error de procedimiento. Su máquina estaba en posición incorrecta y dio lugar a que pulsara el botón de 'anti-

stall', de ahí que le adelantara todo el mundo". Y se pregunta: "¿Es claro el procedimiento? ¿Es suficientemente sencillo? Tendremos que examinar todos los detalles".

Tras su inesperada explosión de sinceridad, Whitmarsh defendió a Lewis... aunque a su manera: "Está decepcionado, pero es muy fuerte mentalmente. Hizo una calificación razonable, pero un accidente

hizo que el viernes no fuera su mejor día, y tampoco el domingo, pero no perderá confianza. Cree en sí mismo y regresará más fuerte en España".

Por último, el británico se refirió al toque entre su piloto y Alonso al comienzo de la carrera y reveló que, a pesar de algunas informaciones, en McLaren lo tienen claro: "No hay ninguna prueba de que Fernando hiciera nada incorrecto".



SIN TINO. Hamilton se quedó retrasado en la salida de Bahrain.

Domenicali cree que el polaco luchará por el Mundial

Dos victorias consecutivas han despejado el ánimo en **Ferrari**. Los actuales campeones del mundo se sienten fuertes, sobre todo comparando el rendimiento de sus monoplazas con el de sus máximos rivales de **McLaren**. Ahora mismo la diferencia entre ambos es enorme, tanta que el principal temor ya no es **Lewis Hamilton**, sino **Robert Kubica**. Así lo afirma **Stefano Domenicali**, jefe deportivo de la escudería italiana, que ve en el polaco a un dignísimo competidor: "Su carrera en Bahrain fue muy buena. Hablé con él en el podio y se quejó del aceite que había en la pista en las primeras curvas y que le hizo perder posiciones. Pero su ritmo de carrera impone respeto. Creo que peleará por el título hasta el final".

En contraposición, **Ron Dennis** quiso quitar méritos ayer a la actuación de los **BMW** en este inicio de campeonato. Para el jefe de McLaren, sus rivales bávaros comenzarán su cuesta abajo una vez se inicien los grandes premios europeos: "Siempre he dicho que el auténtico Mundial comienza después de las tres primeras carreras. Ningún equipo ha dado su verdadero nivel hasta ahora. Nosotros, por ejemplo, podremos ver en la próxima carrera el resultado de dos meses de intenso desarrollo".



Stefano Domenicali.